TREINTA AÑOS Profeco

Revista del
CONSUMIDOR

Procuraduria Federal del Consumidor • México • Número 350 • Abril 2006 • www.profeco.gob.mx • $ 20.00 • ISSN 0185-8874

Estudios de calidad:

Leches saborizadas
¿golosina o alimento?

Televisores medianos
de pantalla plana y LCD

Sopas "de vasito" a examen

Incluye **calcomanía** para exigir litros de a litro en la **gasolinera**

Código electrónico
tecnología del mañana

Pueblos mágicos para vacacionar

Tecnología Doméstica Profeco: **masa para modelar**

Platillo Sabio Profeco: **tacos de carne con alubias**

Sumario

4

Buzón del lector

6

Miscelánea del consumo

12

Alerta al consumidor
Le advertimos sobre algunos problemas

14

Consumidores en acción
Profeco y los conductores, la mejor alianza

18

Profeco, 30 años de servicio
¡A la orden!

36

Infografía
Televisores medianos

42

Reporte especial
Sopas "de vasito"

54

Derechos del consumidor
Al viajar en autobús

66

Así compraremos
¿Adiós a las filas del súper?

70

Pequeños consumidores
5 de abril, Día mundial de la propiedad intelectual

74

Consumando
Consumando contra Bill Choro

76

Consumidores en acción
Alternativa Ciudadana

78

Yo, consumidor

80

Avances

Revista del CONSUMIDOR
Abril 2006, Núm. 350

24
Televisores medianos de pantalla plana y LCD
El Laboratorio Profeco reporta

38
Leches saborizadas
El Laboratorio Profeco reporta

56 Pueblos mágicos
Especial de vacaciones

64 Para que arme su colección...

Tacos de carne con alubias
Platillo Sabio Profeco

Masa para modelar
Tecnología Doméstica Profeco

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Carlos Arce Macías

Coordinador General de Educación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Difusión
Mónica Braun Guillén

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Directora de Contenidos
Jacqueline Ruiz Gómez

Coordinadora Editorial
Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Reportero
Walter Jasso Anderson

Colaboradores
Adriana Hernández Uresti
José Trinidad Camacho (Trino)
Verónica Díaz Rodríguez

Editor Gráfico
Javier Caballero Sandoval

Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Roberto Paz Amaya

Fotógrafo
José Rodríguez

Corrección
Luis Amador Valdez Vázquez

Consejo Editorial
Carlos Arce Macías
Luis Mariano Acévez Estrada
Miguel Ángel Arreola Roque
Gabriela Hernández Cardoso
José Antonio Hernández Miranda
Raúl García Moreno Elizondo
Jacoba Niembro Tapia
José Rodrigo Roque Díaz
Rafael Serna Sánchez

¡Sopas!

De acuerdo con el sondeo llevado a cabo por Profeco sobre ese fenómeno de consumo que son las sopas instantáneas “de vasito”, en la Ciudad de México la gente prefiere comer uno de estos productos en vez de unos tacos o una torta.

¿Sorprenden estos resultados? No en realidad, pues son el reflejo de los cambios de hábitos alimenticios que hemos experimentado, y que se traducen en que hoy día la obesidad sea un serio problema de salud pública. Por ejemplo, en 1977 se estimaba que uno de cada seis mexicanos tenía una marcada tendencia a la obesidad; hoy día, 52% de la población la padece. ¿La culpa la tienen las sopas de vasito? No necesariamente, pero el consumo desmedido de estos productos sí forma parte de la influencia cultural que al parecer es inevitable y que está ligada a la globalización, y que ha logrado que como pueblo haya disminuido nuestro consumo de alimentos tradicionales y nutritivos como el frijol y el maíz.

Si bien es cierto que estas sopas pueden tener cabida cuando hay una alimentación sana y equilibrada, no se debe abusar de ellas y, sobre todo, no se les debe confundir con un alimento cuando, por su contenido nutrimental, bien pudieran considerarse meras golosinas. Como siempre, con esta información es usted, consumidor, quien decide.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, D. F. Teléfono 5568-8722. Fax 5553-0574. rconsumidor@profeco.gob.mx
Publicidad institucional: 5211-7419

CRÓNICAS de un CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
Y PARA EL DÍA DEL NIÑO:
LOS CUENTOS DEL TÍO GUAYABITO
EN UN PAÍS MUY MUY LEJANO EXISTÍA UN LOBO COMERCIANTE QUE SIEMPRE ABUSABA DE SUS CLIENTE
¡A VER COCHINITO! ¡AQUÍ TENGO EL ÚLTIMO JUEGO DE VIDEO PIRATA! ¡BARATO!
¡NO HAY NADIE, CARGO DE AQUÍ LOBO TRACALERO!
¿AH, SÍ? ¡PUES SOPLARÉ Y SOPLARÉ Y TU CASA DERRIBARÉ!
¡FUUUM!
POR SUPUESTO QUE EL POBRE QUIQUE COCHINITO SE QUEDÓ SIN CASITA
¡POS' CLARO! ¡ME LA VENDIÓ EL LOBO TRÁCALA!
Y AHORA OTRO CUENTO INFANTIL AMIGUITOS
PINOCHO TENÍA AMISTADES DE MALA CALAÑA
¡PINOCHITO GASTALÓN, TENGO UN JUGUETE PRECIOSO!
¡NO GRACIAS ZORRO TRACALERO!
MIRA: NO PUEDES REHUSARTE, ES EL ÚLTIMO JUEGO PARA COMPUTADORA... BARATÍSIMO
¡NO TENGO DINERO!
¡UY, TU NARIZ TE DELATÓ, "MENTIROSILLO"!
¡UPS! ¡OKEY! ¿A CUÁNTO SALE?
¡Y TODAVÍA FALTA EL ÚLTIMO CUENTO NIÑOS!
ÁNDALE CHAVITO GASTALÓN CÓMPRAME UN GLOBO, ANDA DÍ QUE SÍ ¿SIIIÍ?
¡ES QUE CON ESTE DINERO ME QUIERO COMPRAR MI TORTA DE JAMÓN!
¡GULP!
PAPÁ... ESTE LIBRO INFANTIL QUE ME COMPRASTE PARA EL DÍA DEL NIÑO ESTÁ MALÍSIMO
¡CHALE! ¡Y DON TRÁCALA ME LO VENDIÓ BIEN CARO!
TRINO

Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx

Esperamos sus cartas*

Quiere aprender inglés

Felicidades por su buen servicio y por sus programas de radio y televisión. En verdad quiero agradecerles el sinnúmero de ocasiones que me han ayudado con sus recetas, consejos y Tecnologías Domésticas Profeco que hacen más fácil nuestra vida, y al mismo tiempo nos ayudan a ser mejores consumidores.

Ahora les escribo para pedirles información sobre los sistemas para aprender inglés en el extranjero, pues me quedaron algunas dudas y ya no conseguí el ejemplar en el que publicaron el artículo.
Eloísa Arreguín

Agradecemos enormemente sus comentarios y felicitaciones, su carta es un estímulo para seguir esforzándonos en la realización de nuestro trabajo.

El artículo que solicita apareció en la revista de octubre de 2005, y pronto recibirá una copia en su domicilio.

El trabajo que no se ve

¿Dónde puedo conseguir las revistas de meses anteriores? En especial estoy tratando de conseguir el artículo donde hacían un cálculo de cuánto costaría el trabajo del ama de casa si éste se remunerara. ¡Gracias!
Erandi Ortiz de la Portilla

El artículo al que usted se refiere se publicó en nuestro número de mayo de 2003. Le hemos enviado una copia a su domicilio, pero en caso de que usted esté interesada en adquirir éste o cualquier otro número atrasado de la revista, puede acudir al Centro de Documentación e Información sobre Consumo (Cedic), ubicado en Av. José Vasconcelos 208, P. B., col. Condesa, en la delegación Cuauhtémoc de la Ciudad de México.

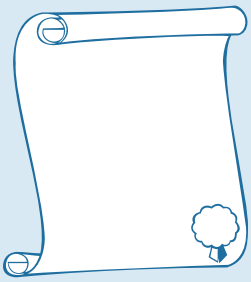
Gastos en orden

Deseo conseguir una guía de finanzas personales que me permita administrar mejor mis gastos, algo así como una receta, con conceptos o rubros predefinidos. ¿Pueden ayudarme?
Fidel González

Le recomendamos visitar la sección "Brújula de compra" del sitio de Profeco en internet, donde encontrará un formato para planear su presupuesto, así como un calendario con los principales gastos y obligaciones económicas que suelen realizarse a lo largo del año.

Sólo dé clic en el menú Consumo informado de www.profeco.gob.mx, y después en el vínculo Mirador del Consumo.

* Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los *Lineamientos para la protección de datos personales* emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).



Con el pie derecho

¡Hola, amigos de Profeco! Les escribo desde Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, para solicitarles asesoría empresarial. Estamos arrancando una compañía de productos de primera necesidad, y hemos decidido adoptar el sistema de compensación multinivel para su comercialización y distribución.

Nuestra empresa ya está constituida legalmente, pero queremos saber qué permisos de Profeco necesitamos, ya que tenemos entendido que para el mejor desarrollo de la actividad de nuestros distribuidores independientes se requiere de la revisión de nuestros contratos.

En espera de contar con su ayuda, reciban un cordial saludo.
Francisco Hubell de los Santos

En la sección "Registro de contratos de adhesión" del menú Proveedor, a ti también te apoyamos, de www.profeco.gob.mx, encontrará los formatos para realizar el trámite de registro voluntario de contratos de adhesión.

Si requiere información sobre otros servicios que Profeco brinda a los proveedores para ayudarlos a cumplir con sus obligaciones, envíe sus dudas al Centro Integral de Servicios (CIS), al correo electrónico cis@profeco.gob.mx.

Chafagafas

Me gustaría recibir información o el artículo completo sobre piratería de lentes que sacaron hace unos meses.
Gracias.
Iván Santiago

El artículo que le interesa se publicó en nuestro número de abril de 2005. Puede descargarlo en formato pdf desde nuestro sitio en internet www.profeco.gob.mx o consultarlo directamente en cualquier delegación Profeco.

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Calculadora del SAR
  La herramienta que te permitirá comparar entre Afores para apoyarte en tu decisión
- La **AFORE** en la que estás **asignado**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

Teléfonos:
01800 • 5000 747
5269 • 0205

Horario de Atención

Asesoría personalizada de **Lunes** a **Viernes** de 9:00 a 19:00 hrs.

Servicio automático de Calculadora, e información sobre tu cuenta asignada, las 24 hrs. del día los 365 días del año.

Por Walter Jasso Anderson

Ilustración Roberto Paz

Embarazo a futuro

Si una mujer está considerando la posibilidad de tener hijos a mediano o largo plazo, ahora puede contar con *Plan Ahead* (Planeando el futuro), una nueva prueba diseñada por expertos en fertilidad de la Universidad de Sheffield, Inglaterra, que ayuda a las mujeres a decidir cuánto tiempo pueden postergar el embarazo, sobre todo a partir de los 30 años de edad, pues funciona midiendo el número de óvulos que quedan en los ovarios de la mujer; también puede predecir el nivel de fertilidad que ésta tendrá en los próximos dos años.

La prueba puede conseguirse por correo a un precio de 269 euros (unos 3 mil 500 pesos) a través de la página web del fabricante, Lifestyle Choices, el cual afirma que el análisis funciona midiendo los niveles en la sangre de tres hormonas de la fertilidad.

Fuente www.life-style-choices.com

Taxis en rosa

Pink Ladies es el nombre de la empresa que desde febrero pasado ofrece radiotaxis en Inglaterra única y exclusivamente para mujeres. ¿El propósito? Acabar con los robos y violaciones que sufren muchas londinenses en los taxis ilegales. La empresa cuenta con 15 coches, pintados de rosa y conducidos por mujeres. ¡Ah! El único hombre en el equipo es el mecánico.

Para utilizar este servicio, primero hay que hacerse socia pagando una cuota que comienza a partir de una libra mensual (unos 20 pesos); la usuaria puede reservar un taxi rosa cuando lo desee, mismo que contará con una conductora entrenada en técnicas de autodefensa que verificará que la clienta llegue a casa sin problemas. Por si fuera necesario, el vehículo puede ser rastreado vía satélite.

Un servicio interesante, sin lugar a dudas, sobre todo en lugares donde la inseguridad es pan de cada día...

Fuente/Foto www.pinkladiesmembers.co.uk

Foto Archivo

Cantina para abstemios

De este lugar las personas no salen tambaleándose, ni con aliento etílico: se trata de una cantina en la que el whisky, tequila, ron, vino y cerveza se preparan sin alcohol. Eso sí, el ambiente festivo propio de estos lugares no podía faltar, y el dominó, cubilete y la botana gratis son parte integral del concepto. Ubicada en la zona centro de la Ciudad de México, esta peculiar cantina abrió sus puertas en octubre de 2005; lo que venden son los sucedáneos de las bebidas alcohólicas originales, es decir, "tragos" elaborados con la misma materia prima pero sin el proceso de la fermentación. Los precios por copa rondan los 35 pesos, y la principal intención del lugar es demostrar que los clientes pueden pasársela muy bien sin embriagarse. Ahora sí que aquí la tradicional expresión de **¡salud! es doblemente valiosa...**

Fuente www.jornada.unam.mx/2005/12/15/a10n1gas.php

Foto Archivo

Píldora del olvido

En la película *Eterno resplandor de una mente sin recuerdos*, el actor Jim Carrey sufría una intervención quirúrgica que lo libraba de los malos recuerdos. Bueno, pues quizá la pantalla grande ya no tendrá la exclusividad sobre esa premisa: científicos de la Universidad McGill de Montreal, Canadá, y de la Universidad de Harvard, en Estados Unidos, dieron a conocer a principios de año que trabajan en la elaboración de una píldora destinada a mitigar el estrés y el trauma de los sobrevivientes de grandes desastres como el huracán Katrina o el tsunami de 2004, pues esos pacientes suelen desarrollar el trastorno de estrés postraumático.

Sin embargo, algunos detractores argumentan que los recuerdos dolorosos tienen un propósito y son parte de la experiencia humana, por lo que no debemos intentar eliminarlos. Se desconoce cuándo podría llegar al mercado la "píldora del olvido", pero en la *Revista del Consumidor* no olvidaremos darle seguimiento a esta información.

Fuente www.reforma.com/ciencia/articulo/615085/default.asp

Consumidores en la radio

Dos frecuencias del ahorro

INCONTRARE
lo invita a escuchar
el programa
Casa, vestido y sustento
todos los jueves
de 12 a 13 horas
por la 660 de AM,
la radio de los ciudadanos

...y tampoco
se pierda
El cuarto del consumo,
con Fernanda Tapia
y Humberto Vélez,
ahora también en
nuestra página
de internet
www.profeco.gob.mx

Incontrare ac
entre consumidores

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Alimentos **para diabéticos**

Fotoarte Roberto Paz

Bebidas energéticas con alto contenido en fibra, además de tortillas de linaza, entre otros alimentos que se dirigen al paciente diabético, pero que también ayudan a personas con sobrepeso, son algunos de los productos que ofrece la empresa mexicana Mountain Glass, que nació a partir del apoyo que el Instituto Politécnico Nacional brindó a jóvenes emprendedores egresados de la Escuela Nacional de Ciencias Biológicas del IPN.

Los productos son bajos en calorías y sales minerales, y además utilizan azúcar sintética, por lo que el nivel de glucosa en la sangre no se altera. Esta línea de productos lleva el nombre de Jhali Alimentos. Los precios rondan los diez pesos y se pueden conseguir directamente con los distribuidores. Más información en el teléfono 5233-2152.

Fuente Juan Manuel Linares y Alberto González, responsables del proyecto

Manzanas para **Eva** y **Adán**

De acuerdo con una investigación de la Universidad de Massachussetts Lowell, en Estados Unidos, consumir manzanas, además de llevar una dieta balanceada, previene el proceso oxidante del cerebro; por lo mismo, se dice que las manzanas intervienen de manera benéfica en contra del Alzheimer, como lo publicó en su edición de diciembre pasado una revista especializada en esta enfermedad. Los experimentos, realizados en ratones, mostraron que no es el azúcar o contenido energético de la manzana el que ocasiona dicho beneficio, sino sus atributos antioxidantes. Así, no olvide consumir dos manzanas al día para mantener la destreza mental y prevenir el daño celular relacionado con la pérdida de memoria.

Ilustración Roberto Paz

Fuente www.j-alz.com/issues/8/vol8-3.html

Clases desde el celular

En Francia, un profesor inventó un sistema que permite a los alumnos repasar sus lecciones académicas a través del teléfono celular.

Los estudiantes acceden desde su teléfono móvil a una página web en la que seleccionan la materia y los contenidos que desean repasar (según un estudio realizado en 2005, el 72% de los alumnos franceses con edades entre los 12 y los 17 años, cuentan con un teléfono móvil). Actualmente, el sistema ofrece 750 pruebas de conocimientos. El servicio cuesta dos euros mensuales (poco menos de 30 pesos), que se descuentan del saldo del propio teléfono.

Fuente www.fast.vanguardia.com.mx/hub.cfm/FuseAction.Detalle/Nota.513051/SecID.27/index.sal

Fotoarte Roberto Paz

La copa a más de 18 mil dólares

Sí, leyó usted bien, más de 18 mil dólares por copa de Château D´Yquem, un vino blanco, dulce, "único, exclusivo, extraordinario, elegante..." que fue fechado en 1787, es decir, hace ¡219 años! Según la londinense Atique Wine Company, la empresa que comercializó esta maravilla, beberla debe representar "una notable experiencia nostálgica", y vaya si debe haber nostalgia, pues cuando los campesinos de Burdeos, Francia, vendimiaban las uvas para elaborar este vino, George Washington apenas se convertía en el primer presidente de Estados Unidos.

La botellita de Château D´Yquem se vendió en 100 mil dólares a un anónimo multimillonario estadunidense y llegó a sus manos en un vuelo privado que voló a una "altura moderada" para evitar que la presión provocara el descorche accidental de la botella.

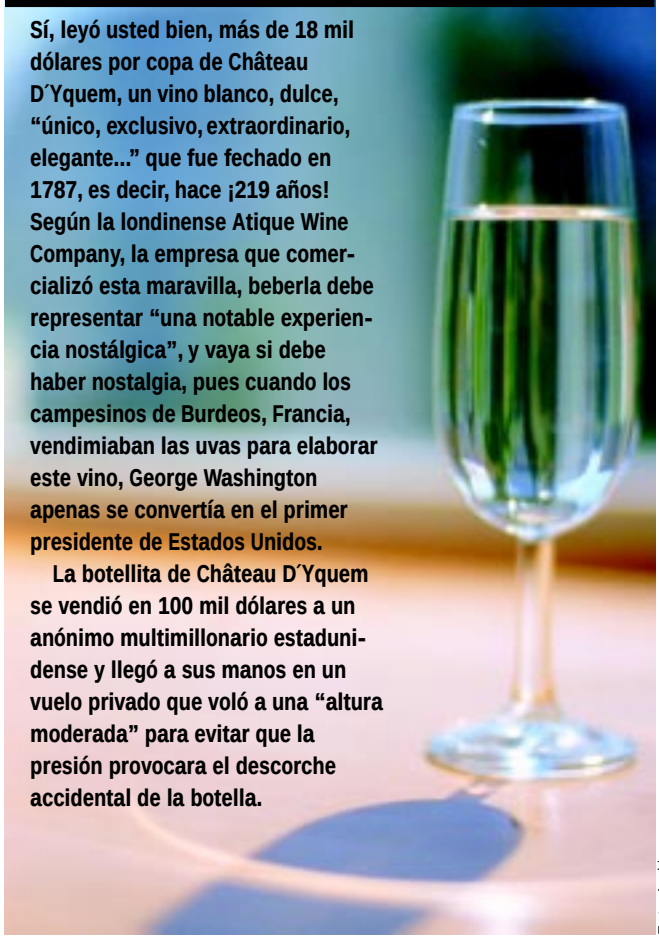


Foto Archivo

Que no te transen en internet

Al realizar compras en línea:

- Los sitios mexicanos deben ofrecer información en español y precios en moneda nacional.
- Verifica que estén visibles las políticas de seguridad.
- Busca la dirección física del proveedor, el teléfono y el correo electrónico.
- Lee la “letra chiquita” de los cibercontratos.

¡Tú tienes el poder, Profeco te respalda!

Más información en www.profeco.gob.mx, en el enlace “Consumo informado”/“Comercio electrónico”

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Publicidad **en su celular**

Parece que ningún espacio, por más personal que sea, se escapa de la publicidad: además de la televisión e internet, ahora también los celulares recibirán anuncios publicitarios. La mercadotecnia directa móvil, como se le conoce a la publicidad que se transmite a través de los teléfonos celulares, comenzó a operar en México desde febrero, aunque sólo la empresa Movistar ofrece esta opción a sus suscriptores. Por lo menos, en este caso el usuario puede recibir dinero, aunque sea en especie: por cada mensaje comercial que reciba se le abona un peso de tiempo-aire al final de cada mes.

El consumidor decide cuántos mensajes quiere recibir al día, con un máximo de cinco, lo cual significa que se le pueden abonar hasta 150 pesos de tiempo-aire al mes. Para ello, el usuario debe solicitar el servicio y contestar un cuestionario para saber cuál es su perfil. Los anunciantes definen el tipo de mensaje que envían a cada usuario (básicamente como mensajes de texto) en función del perfil del suscriptor y de su estrategia comercial.

A este paso, ¿llegará el día en que, una vez dormidos, las empresas quieran introducir comerciales en nuestros sueños?

Fuente
www.netmedia.info/businessarticulos.php?id_sec=25&id_art=5795

Foto José Rodríguez

Manos **de agua**

Para las personas que padecen hiperhidrosis palmoaxilar (es decir, que les sudan en exceso las palmas y las axilas), este problema puede acarrear situaciones desagradables, como saludar y dejar empapada la mano de la otra persona, con la consiguiente impresión desagradable en el interlocutor.

Pues bien, desde hace unos diez años en un hospital de Sevilla, España, se practica una operación muy sencilla capaz de resolver el problema rápidamente: la intervención quirúrgica dura apenas 45 minutos y como marcas sólo quedan dos pequeñas incisiones cerca de las axilas, pues se "atacan" directamente los ganglios del sistema nervioso simpático, causantes del exceso de sudoración, y no quedan secuelas.

A pesar de que se calcula que este problema afecta al 0.3% de la población mundial, en nuestro país sólo hay dos especialistas que realizan esta cirugía (con un costo aproximado de $50,000 pesos). Por otro lado, una dermatóloga ofrece solucionar este problema mediante una vía no quirúrgica: consiste en un tratamiento con toxina botulínica de 6 meses de duración con un costo aproximado de $10,000 pesos. Usted dirá si se anima.

Fuente *El País*, 17 de enero de 2006

La foto **más cara** de la historia

Hay imágenes que no sólo dicen "más que mil palabras", sino que también pueden valer muchos miles pero... ¡de dólares! La casa de subastas estadunidense Sotheby´s subastó en 2.9 millones de dólares (alrededor de 32 millones de pesos) *El estanque. Luz de luna*, nombre de la fotografía tomada por el estadunidense Edward Steichen en 1904 y que mide 41 x 48 centímetros. La imagen muestra un paisaje neoyorquino en el que se ve el sol a través de unos árboles. La identidad del comprador, quien realizó la adquisición en febrero anterior, permanece en el anonimato. Con esta transacción, se batió el récord del precio pagado por una imagen en subasta pública.

Fuente / Foto www.elpais.es/articulo/elpporcul/20060215elpepucul_2/Tes/cultura/fotografia/cara/mundo

Cuando calienta el sol

La prolongada exposición a los rayos solares para adquirir un bronceado perfecto ya no tendrá que ser peligrosa: un programa de cómputo argentino calcula el tiempo adecuado para pasar bajo el sol de acuerdo con la piel de cada persona y el sitio donde esté, hora y día del año. El software determina el tiempo máximo recomendado de exposición a la radiación solar ultravioleta.

El sistema puede instalarse en cualquier PC y fue creado con la colaboración de la Universidad de Innsbruck, Austria, y de la Fundación del Cáncer de Piel, de Argentina. El software se encuentra disponible en Argentina desde principios de año, aun como prueba piloto, y sus creadores afirman que puede servir para cualquier parte del mundo si se incluyen los datos necesarios.

Fuente www.news8.thdo.bbc.co.uk/low/spanish/science/newsid_4696000/4696650.stm

Foto archivo

Psic. Judith Ballard*

Niños especiales:

Las dos mayores premisas para educar y brindar cariño a un niño con discapacidad son darle una vida lo más similar posible al resto de los niños y ayudarlo a socializar.

Cuando nace un niño con discapacidad psicomotora la familia presenta miedos y desesperanzas, dudas y algunas veces sentimientos de culpa. Dependiendo de la reacción de la familia se pueden desencadenar eventos desfavorables que rompan en mil pedazos la unidad familiar, o bien, crear o generar lazos que jamás se romperán, vínculos de amor y solidaridad que abren caminos para que estos niños puedan integrarse de manera visible a la sociedad.

Los niños con discapacidad (Síndrome de Down, Parálisis Cerebral o Autismo) pueden aprender mucho más de lo que podemos imaginar. Ellos no son iguales a los demás niños, definitivamente no; sin embargo son muy inteligentes y pueden aprender a desarrollar diversas habilidades para lograr independencia e integrarse a la sociedad. El objetivo es que tengan una vida plena y puedan acoplarse a ambientes educativos y laborales sin muchos problemas.

Si a un niño con discapacidad se le comienza a segregar y a ponerle barreras en cuanto a su educación, verá minada su autoestima y a medida que pase el tiempo no podrá integrarse a la sociedad como ser productivo y capaz.

Discapacidades comunes

Síndrome de Down. Es una malformación congénita causada por una alteración del cromosoma 21 (trisomía del par 21) que se acompaña de retraso mental moderado o grave.

Parálisis Cerebral. Es un conjunto de trastornos del movimiento y postura. Más de la mitad de los niños manifiestan su problema por "rigidez o tensión" (espasticidad) en los músculos del cuerpo, por lo que adoptan posturas anormales que mantienen sus brazos y piernas doblados o flexionados sobre el cuerpo, o rectos y extendidos.

Autismo. Síndrome complejo, clasificado entre los trastornos neurofisiológicos que se describen como desórdenes de las funciones del cerebro. Se manifiesta principalmente en los tres primeros años de vida y en ocasiones desde el nacimiento. Afecta más a los niños que a las niñas.

Suscríbete a la mejor publicación de salud...

Ganar Salud te ofrece temas que le gustarán a toda tu familia...

Llama al 1085 0222 ext. 308 o escríbenos a: suscripciones@ganarsalud.com

ALERTA al consumidor

Profeco vigila permanentemente prácticas comerciales indebidas y publicidad engañosa; inmoviliza productos peligrosos e impone multas y clausuras a las empresas que atentan contra los derechos de los consumidores. Usted también tiene el poder: el poder de no comprar y de presentar su denuncia. Compartimos así la responsabilidad y el poder, porque todos somos consumidores.

Empresas que engañan
para vender paquetes de servicios turísticos

Profeco ha recibido numerosas quejas de consumidores en contra de algunas empresas intermediarias para la prestación de servicios turísticos, tales como ITC (International Tourism Company, S. A. de C. V.) y Comsed (Comercializadora de Servicios y Desarrollos, S. A. de C. V.).

La mecánica de dichas empresas muchas veces consiste en llamar al domicilio de los consumidores, decirles que han sido elegidos para ganarse un premio y que pasen a recogerlo en ciertas fechas a determinado salón de hotel. En caso de que usted decida acudir, tratarán de venderle un paquete de servicios turísticos mencionando atractivos beneficios.

El problema es que al momento de querer venderles el servicio, los consumidores afirman que dichas compañías les prometen algunos destinos, descuentos o beneficios que después no quieren cumplir porque no están estipulados en el contrato.

Asimismo, al momento de la venta suelen decir que el cargo por la afiliación se hará a los 12 meses con la tarjeta de crédito del consumidor, sin embargo, en la primera mensualidad hacen el cargo por el total. Además, diversos hoteles y aerolíneas no reconocen tener alguna alianza comercial con las empresas mencionadas.

Por lo anterior, antes de contratar servicios turísticos con esas u otras empresas, tenga en cuenta su presupuesto, revise el contrato, pregunte si tiene dudas y fírmelo sólo si éste recoge las promesas verbales que le hicieron.

Si tiene problemas semejantes con algún proveedor, acuda a la delegación Profeco más cercana a su domicilio para aclarar sus dudas o presentar su queja o denuncia.

Robo de identidad para obtener créditos

Defraudadores aprovechan descuidos de los consumidores para alterar sus identificaciones oficiales y así solicitar préstamos a entidades financieras, tiendas departamentales y supermercados.

De acuerdo con información dada a conocer por funcionarios de la Condusef y del Buró de Crédito, en México se incrementan los casos de personas defraudadas mediante el robo de su identidad. La técnica de estos ladrones consiste en obtener una identificación oficial (que el acreditado pierde –y no reporta–, olvida en algún lugar con control de acceso o que confía a otras personas), cambiar la fotografía original por la del defraudador y, con los datos de la víctima, solicitar créditos para hacer compras.

Por lo anterior, tenga especial cuidado en el manejo de documentos, como la credencial de elector, número de seguro social, acta de nacimiento, licencia de manejo y cédula profesional.

Con el propósito de proteger a los consumidores contra el robo de identidad, el Buró de Crédito ofrece el servicio "BC Informa", un sistema que le notifica, vía correo electrónico, los cambios recientes que se presenten en su historial crediticio; de este modo, si usted no reconoce algún movimiento, podrá actuar a tiempo. La contratación de este servicio tiene un costo anual de $120 más IVA. Para saber más al respecto visite www.burodecredito.com.mx

Ligas a contenidos peligrosos en sitios que promocionan discotecas

Profeco tiene conocimiento de que algunos sitios de internet mexicanos que promocionan lugares de entretenimiento tales como restaurantes, bares y discotecas, son utilizados por algunos suscriptores para enviar anuncios o solicitudes, en muchos casos engañosas, para conducir a los jóvenes a páginas de internet con pornografía y contenido ofensivo.

En los chats o foros de plática se ofrecen trabajos para edecanes, modelos, damas de compañía y masajistas con la promesa de un sueldo muy bien remunerado. Profeco sugiere a los jóvenes abstenerse de contactar a quien ofrece estos trabajos, ya que pudiese tratarse de una red de prostitución y/o pornografía.

Le recomendamos que nunca proporcione sus datos personales en estos foros virtuales, ya que su dirección física, teléfono y dirección electrónica pueden utilizarse para molestarlo con material ofensivo.

Asimismo, Profeco sugiere a los padres de familia leer el texto de las *Recomendaciones de Seguridad para Padres y Menores* publicadas por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).Visite la siguiente dirección electrónica en donde encontrará consejos útiles para evitar que los jóvenes estén expuestos a contenidos ofensivos y peligrosos: www.amipci.org.mx/seguridad_padres_menores/index.html

Entérese de éstas y otras noticias en
www.profeco.gob.mx

Profeco y los conductores, la mejor alianza

Vigilante Ciudadano

A pesar de los esfuerzos que realiza Profeco para combatir el robo a los consumidores por parte de los malos gasolineros, es mucho el trabajo que resta por hacer. Es un problema complicado y para resolverlo se debe abordar desde varios frentes; uno de los más importantes es el papel que juegan los consumidores: si usted se convierte en un vigilante ciudadano que vela por sus intereses, exige litros de a litro y denuncia las irregularidades, daremos un gran paso.

Lo anterior significa que Profeco necesita de la denuncia ciudadana, pues con ello se estima que aumentará la potencia de la maquinaria que defiende a los consumidores, integrando activamente la pieza más importante, usted mismo.

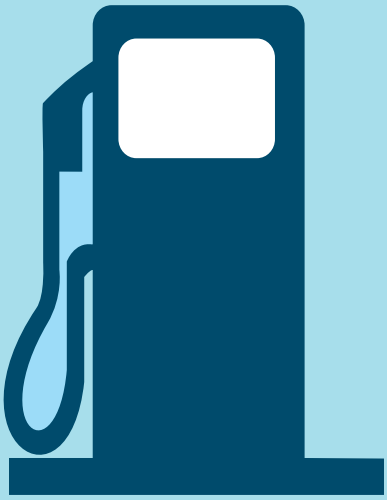
Es cierto, Profeco tiene mucho trabajo por delante en este problema, pero por lo pronto es momento de que todos los ciudadanos levantemos la voz, de quitarnos ese paternalismo institucional y de formar una alianza con la Procuraduría para que ésta salga fortalecida a enfrentar el problema, y que el consumidor resulte beneficiado. ¿Qué puede hacer el consumidor común y corriente? Simple: informarse, exigir cargas de combustible correctas y denunciar a quien no las proporcione.

Como parte de esta respuesta frontal a los concesionarios que roban a los automovilistas, le presentaremos ahora, y en nuestras próximas ediciones, información que le será muy útil tanto para evitar ser víctima en las malas estaciones de servicio, como para que entendamos las dimensiones del problema y juntos aportemos soluciones.

Tanque lleno, por favor

A principios de este año, en la página de internet de **Profeco** (www.profeco.gob.mx) presentamos un nuevo servicio: la calculadora para el llenado de tanques de gasolina (la ruta para acceder a ella es Consumo informado/Mirador del consumo/Tanques de gasolina). Se trata de una herramienta con la que, considerando los precios vigentes de las gasolinas Magna y Premium (en este caso, actualizados al mes de marzo), usted sabrá cuánto le cuesta llenar su tanque de gasolina. No se preocupe por la marca ni la submarca de su auto, las tenemos todas para que la información no esté a más de un clic de distancia. Estos son sólo algunos ejemplos de todos los modelos que puede encontrar en nuestra página (los precios se actualizan cada mes):

Marca	Submarca*	Capacidad del tanque**	Costo Premium	Costo Magna
Chevrolet	Chevy C2 tres puertas	46 lt	$355.12	$300.38
Chevrolet	Corsa Sedan	44 lt	$339.68	$287.32
Dodge	Atos Básico	35 lt	$270.20	$228.55
Dodge	Stratus R/T	60.5 lt	$467.06	$395.07
Ford	Focus LX austero aut.	55 lt	$424.6	$395.15
Ford	Fiesta First	45 lt	$347.40	$293.85
Honda	Accord Coupé EX	64.7 lt	$499.48	$422.49
Honda	Civic Sedan LX	50 lt	$386.00	$326.50
Nissan	Tsuru GSII manual	50 lt	$386.00	$326.50
Nissan	Platina grado A	50 lt	$386.00	$326.50
Peugeot	206 CC 06	50 lt	$386.00	$326.50
Peugeot	307 SW automático	60 lt	$463.20	$391.80
Seat	Ibiza Signo	45 lt	$347.40	$293.85
Seat	Toledo 2.0 TDI	55 lt	$424.60	$359.15
Volkswagen	Jetta Europa	55 l	$424.60	$359.15
Volkswagen	Lupo Comfortline 5 pts.	50 lt	$386.00	$326.50
Volkswagen	Sedan (Vocho)***	46 lt	$355.12	$300.38



* Los modelos de autos que se presentan en www.profeco.gob.mx corresponden al 2005.
** Aunque la capacidad de los tanques se obtiene de las páginas de internet de las propias armadoras, esta información puede variar, así que no está de más que usted verifique, en el manual de propietario, los litros que le caben a su tanque.
*** Hasta 1985, el tanque tenía una capacidad de 40 litros. Para los modelos de 1986 a 2000, el tanque es de 46 litros.

Necesitamos consumidores así

En nuestra edición de junio de 2005 publicamos una carta que es ejemplo de la alianza consumidor-Profeco para dar solución al problema de las malas gasolineras. La reproducimos de nuevo porque la denuncia de esta persona fue fundamental, al menos con respecto a una gasolinera. ¡Esperamos otras alianzas como ésta!

El 2 de febrero pasado cargué gasolina en una estación de servicio de Monterrey, y percibí que me habían despachado 10% menos de lo que solicité, razón por la cual presenté una denuncia en el correo electrónico de **Profeco**.

A principios de marzo recibí la invitación de los inspectores de **Profeco** para presenciar la verificación que realizarían a dicha estación de servicio. Al llegar ahí, me pidieron que les dijera cuál era la bomba y la manguera en que me habían surtido, para verificarla primero.

Durante la toma de muestras, los inspectores me explicaron cuáles son los parámetros de tolerancia en los volúmenes de combustible despachados y en qué consiste el procedimiento que ellos realizan en sus visitas. Así entendí que las diferencias en mililitros que se observaron en las bombas de esa estación de servicio estaban dentro de los parámetros de tolerancia, por lo que quedé conforme con el proceso de inspección hecho por **Profeco**, que fue claro y transparente.

Creo que lo más importantes es que existan estos mecanismos de control y que como ciudadanos vayamos comprendiendo que el apego a las leyes y normas son más sencillos y convenientes de lo que antes pensábamos. Considero que el ejercicio encabezado ese día por ustedes con la participación de un ciudadano es un paso más hacia una sociedad que funcione mejor.

Me quedo con una impresión favorable de **Profeco**, porque iniciaron un proceso de inspección a raíz de un correo electrónico. Esto demuestra que son una institución eficiente y moderna, que avanza para ponerse al día y usa todos los recursos que tiene a la mano para atender a los consumidores…

Carlos Cavazos Camacho

Tips para evitar que le roben

- Cerciórese de que el marcador de la bomba esté en ceros antes de que comiencen a cargarle la gasolina.
- Las bombas de gasolina pueden surtir el combustible en tres velocidades diferentes; **pídale al despachador que lo haga en la más baja (primera posición de la escalerilla),** pues en la tercera velocidad (la más alta) es en la que se ha detectado el mayor número de irregularidades.
- Es recomendable que al reabastecerse de gasolina, **pida sólo 20 litros.** De acuerdo con la normatividad vigente, esta cantidad es la que **Profeco** requiere para hacer las verificaciones de rutina, y en caso de estar alteradas las bombas, la alteración surte efecto en cantidades superiores a este volumen. Por ejemplo, al surtir 20 litros, es posible que le despachen 5% menos cantidad, pero si pide tanque lleno, la cantidad faltante puede significar de 8 a 10%.
- **Es recomendable que resurta combustible cuando el tanque se encuentre a la mitad de su capacidad** debido a que la velocidad de evaporación de la gasolina es menor a tanque lleno que cuando éste se encuentra casi vacío.
- Utilice una calculadora para multiplicar el número de litros (que aparece en el visor de la bomba) por el precio por litro y verifique que corresponda con la cantidad a pagar. Se ha detectado que algunos dispensarios (bombas) no multiplican correctamente el número de litros por el precio.
- **Lleve una bitácora de rendimiento.** Por ejemplo, antes de surtir los 20 litros, anote el kilometraje que marca el odómetro en ese momento (por ejemplo, 100 km). Cuando tenga que volver a resurtir los 20 litros en la misma gasolinera, anote de nuevo el kilometraje (p.e., 180 km). Reste el segundo kilometraje del primero (180 – 100 = 80) y divida el resultado entre el número de litros que le acaban de cargar (80/20); así obtendrá el rendimiento (4 km/l). Si continúa de manera constante con esta bitácora, podrá observar con mucha facilidad cuándo aumenta o disminuye el rendimiento de su vehículo.

Además, en www.profeco.gob.mx (siguiendo la ruta Consumo informado/Mirador del consumo/Tanques de gasolina), encontrará un par de formatos (en excel y htlm) que usted podrá imprimir o bajar a su computadora. El llenado del formato le permitirá llevar un control de la gasolina que consume su vehículo de acuerdo con el kilometraje recorrido. Inicie la misma bitácora con otra gasolinera diferente para saber en cuál le rinde más el combustible.

- Cargue combustible en las estaciones de servicio que ya conozca de antemano. Cuando vaya a viajar, cargue gasolina desde el día anterior y evite abastecerse a altas horas de la noche o en gasolineras que estén aisladas o lejos de las manchas urbanas, porque suelen tener sólo unas cuantas bombas disponibles, "arregladas".
- Prefiera reabastecerse en las estaciones concurridas por vehículos de transporte público (taxis, autobuses, peseros…) pues los conductores de tales automotores conocen muy bien en qué estaciones les rinde más la gasolina.

Bitácora de rendimiento

Si la realiza de manera constante, podrá observar con mucha facilidad cuándo aumenta o disminuye el rendimiento de su vehículo.

Antes de surtir los 20 litros, anote el kilometraje que marca el odómetro.

Cuando tenga que volver a resurtir los 20 litros anote de nuevo el kilometraje.

Reste el segundo kilometraje del primero y divida el resultado entre el número de litros que le acaban de cargar.
180-100=80 80/20=4 km/l

Inicie la misma bitácora con otra gasolinera diferente para saber en cuál le rinde más el combustible.

Foto José Rodríguez

Consumidor vigilante

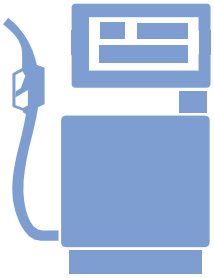
En nuestra edición de marzo lanzamos una convocatoria para que todos los conductores de México se conviertan en Vigilantes Ciudadanos. Junto a este llamado, hicimos entrega de una calcomanía que pedimos a la gente pegara en el parabrisas de su auto (antes, debe consultar la capacidad de combustible de su auto en la página en Internet de **Profeco** o en el manual de usuario de su auto, y escribir esta cifra en el espacio en blanco de la calcomanía). Así, cuando usted vaya a cargar gasolina, hará saber al despachador que es un consumidor que exigirá litros de a litro (vea la página 27).

Súmese a este esfuerzo, manifieste su inconformidad. **Denuncie al Teléfono del Consumidor (01-800-468-8722 larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República) a las gasolineras que usted sospecha no dan litros de a litro. Para ello es necesario proporcionar el número de franquicia (número que se encuentra debajo de la palabra Pemex en el anuncio luminoso de las gasolineras).**

ALERTA al consumidor

Conviértase en CONSUMIDOR VIGILANTE

Exija la gasolina en litros de a litro



Todo lo que tiene que hacer es pegar la calcomanía anexa en el parabrisas de su auto y, cuando vaya a cargar gasolina, exigir que le cobren el precio justo por lo despachado.

Conozca la capacidad del tanque de su vehículo consultando **www.profeco.gob.mx**

Anote con un marcador indeleble la capacidad de su tanque en el área blanca

¡Denuncie a las gasolineras que no vendan litros de a litro!

01-800-468-8722

Profeco

Para servir a usted Pro

Foto Archivo

"*Busto Firme*, un sistema natural a base de ejercicios del Hata-Yoga, con los últimos adelantos en Bio Mecánica Corporal que obligan al busto a afirmarse hasta su límite máximo". Este anuncio se publicaba con frecuencia en las últimas páginas de algunas revistas femeninas de 1977. Pues sí, desde aquel entonces ya existían las soluciones "mágicas" y la publicidad engañosa. Pero recordemos que también ya había instituciones de protección al consumidor que desde sus inicios buscaron fomentar una actitud crítica antes de comprar.

Así, en la *Revista del Consumidor* de abril de 1977, en la sección Minitrampas, se escribió un artículo que hablaba sobre la publicidad de *Busto Firme*: "retazos de propaganda que se caracterizan por sus ofertas excesivas y por el hecho de que las mismas parten de instituciones y corporaciones sin el menor prestigio científico. No pocas de ellas se limitan a señalar apartados postales para que los incautos dirijan sus solicitudes".

Es curioso que, 26 años después, en la *Revista del Consumidor* de abril de 2003, la sección Análisis de la publicidad dedicó su entrega a un tema relacionado con *Busto Firme*; tal tema fue la publicidad de una marca de ropa íntima femenina. Resulta que un año antes Vicky Form lanzó en revistas de

Foto *Revista del Consumidor*, abril de 1977

feco, ¡a la orden!

Satisfacer **eficientemente** las necesidades y reclamos de los **ciudadanos** en las relaciones de consumo es, sin duda, nuestra **razón de ser**. Para ello mantenemos y **mejoramos** constantemente nuestros **servicios**.

Foto *Mexico's Greatest Brands*, www.mexicosgreatestbrands.org, Superbrands Ltd., México, 2005

circulación nacional y espectaculares una polémica campaña publicitaria que utilizaba, además de hermosas modelos luciendo prendas íntimas, el doble sentido para llamar la atención del consumidor con frases como: "Encaje, pero suavecito", "El tamaño sí importa", "A mí, duras y paradas" o, sencillamente, "¿Fajas?"

En aquel entonces, en la revista se asumió esta publicidad como uno más de los "matices que corresponden a una sociedad que crece, que está aprendiendo, que está sacudiéndose el puritanismo de otros años, la desigualdad de décadas pasadas, el sexismo bochornoso...". Aunque Profeco no dejó pasar la oportunidad para invitar a la reflexión ciudadana: "¿Se vale que a la menor provocación la publicidad se valga del sexo para vender?"

Pues bien, el análisis de la publicidad es sólo uno de los servicios que Profeco ofrece a la ciudadanía, aunque existen otros igual o más importantes que usted ya conoce... o tal vez no. Por ejemplo, ¿usted sabe cómo funcionan y para qué sirven las áreas de quejas y contratos de adhesión? ¿O sabía que su denuncia puede colaborar para "sacar de circulación" a un anuncio engañoso? Veamos con detalle los servicios de atención de quejas y conciliación, publicidad y contratos de adhesión.

I. Quejas y conciliación

Imagine que compra un calentador que no funciona y que para resolver el conflicto con el proveedor tiene que contratar a un abogado e invertir tiempo y dinero en un proceso judicial tardado, desgastante, en el cual, aunque usted tenga la razón, no existe la certeza de que pueda obtener un resultado favorable. Así, para resolver el problema, usted tendría que colaborar en la reconstrucción de los hechos (desde cómo desempacó el calentador, cómo abrió la llave y nunca salió el agua caliente, etc.) y aportar pruebas de que el plomero instaló correctamente el artefacto en cuestión (eso sin olvidar que el proveedor se las vería igual que usted). Y todo para que a fin de cuentas ambos comprendan que no era difícil solucionar el conflicto: bastaba que ambos cedieran recíprocamente para llegar a un acuerdo.

Para evitar esto, Profeco cuenta con el área de Quejas y Conciliación, encargada de recibir y tramitar las inconformidades que tengan los consumidores en contra de sus proveedores y de ser un medio alternativo de solución de controversias.

La primera reclamación atendida por Profeco se recibió en la Ciudad de México el 6 de febrero de 1976. En ella la consumidora Esther Vázquez se quejaba de que la persona que le prestaba los servicios propios de una casa de huéspedes, los suspendió alegando falta de pago, mientras que Esther decía encontrarse al corriente. Después del procedimiento respectivo, el trámite concluyó con una solución favorable a la consumidora.

Esa queja fue sólo el inicio de las miles que ahora se reciben año con año, por ejemplo, en 2005 se registraron más de 127 mil.

Claro que, a 30 años de distancia, las cosas han cambiado mucho. Por ejemplo, el expediente de esa primera queja estuvo integrado por 304 fojas, pero hoy tanto los requisitos para presentar una queja como las resoluciones ya no son engorrosas: mediante la conciliación inmediata (por teléfono o a domicilio) se atendieron 28,282 quejas, de las cuales se lograron resolver 23,630, es decir, el 83.5% se solucionaron el mismo día o dentro de los cinco días posteriores.

Lo anterior es sólo un ejemplo de cómo Profeco ayuda al consumidor, y también al proveedor, a resolver sus conflictos.

Cuando el área de quejas recibe una inconformidad, se inicia de inmediato el procedimiento conciliatorio. Precisamente con la conciliación, la Procuraduría ha logrado resolver un gran número de estos desacuerdos, pues tal mecanismo funciona con la activa participación de abogados

Foto Archivo

De un canario sin voz y un carnicero de muy pocas pulgas...

A lo largo de **30 años** de historia, los trabajadores encargados de recibir y atender las quejas de los consumidores, han acumulado un sinnúmero de divertidas y peculiares **anécdotas**, como la de aquella señora que exigía la devolución de su dinero porque el canario que había comprado en el tianguis, **¡no cantaba!** O el carnicero que recibió de no muy buena gana una **notificación de queja** en su contra: los empleados de **Profeco** tuvieron que correr ante la amenaza que representaba el cuchillo filetero. O el proveedor que, de tan enojado que estaba al perder una audiencia, propinó un **"telefonazo"** al consumidor que lo había denunciado.

de la institución, quienes se encargan de identificar los elementos comunes y los puntos de controversia entre las partes, las exhortan para llegar a un arreglo y, sin prejuzgar el conflicto, presentan una o varias opciones de solución.

El procedimiento conciliatorio se lleva a cabo por diversos medios: *vía audiencia* (es decir, la comparecencia personal de ambas partes), *por teléfono* (se entabla comunicación a través de este medio) o *a domicilio del proveedor* (el conciliador acude en compañía del consumidor).

Así, los consumidores del México de hoy pueden estar seguros de que existe una institución que se esmera en procurar una solución favorable en sus diferencias con los proveedores y prestadores de servicios, pero siempre en el marco de la Ley.

Requisitos para presentar una queja...

- Nombre y domicilio **del consumidor**.
- Nombre y domicilio **del proveedor** que aparece en el contrato, comprobante o recibo. En caso de **no aparecer** en ninguno de estos documentos, señalar el lugar donde puede ser localizado.
- **Descripción** del bien o servicio que se reclama y la **narración** de los hechos que dieron lugar a la queja.

Una vez presentada la queja, el servidor público de **Profeco** le indicará el procedimiento a seguir.

Fuente www.profeco.gob.mx

Foto Archivo

II. Publicidad

Gracias a las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), en la actualidad el campo de acción del área de publicidad de **Profeco** es mucho más amplio: se puede exigir al proveedor-anunciante información para que aclare algún aspecto de su publicidad, imponerle sanciones económicas, obligarlo a que incluya leyendas precautorias en sus anuncios o incluso se puede llegar a suspender su publicidad.

Para lograr lo anterior, la Dirección General de Publicidad y Normas cuenta con abogados especializados en Derecho publicitario (el área del Derecho del consumo que genera un creciente interés empresarial, tanto en el ámbito nacional como internacional) quienes, para el análisis de los casos, consultan fuentes jurisprudenciales europeas y estadounidenses, principalmente.

La labor de estos especialistas no podría ser posible sin el personal que se encarga de monitorear los anuncios en televisión, radio, medios impresos e internet. Sin embargo, el mejor monitor debiera ser el mismo consumidor, ya que una evaluación crítica sobre la forma en que nos quieren vender cualquier producto redundará, sin duda, en nuestro beneficio. Con el ánimo de fomentar esta actitud analítica de los consumidores, el área de publicidad de **Profeco** atiende todos los comentarios y denuncias ciudadanas al respecto.

Ahora bien, el proceso para detener la publicidad francamente engañosa o que induce al error es el siguiente:

En primer lugar, con la finalidad de obtener mayores elementos para iniciar un procedimiento por infracciones a la Ley o para determinar si la publicidad no daña los intereses de los consumidores, el proveedor debe presentar información relacionada con su publicidad, esto debido a una falta detectada mediante los monitoreos o las denuncias ciudadanas.

De acuerdo con lo anterior, se da al anunciante derecho de audiencia para que acredite la veracidad de sus anuncios (es el caso de los productos milagro, que sin ejercicios ni dieta prometen pérdidas de peso espectaculares sin ningún sustento científico).

De no hacerlo, se impone al anunciante una sanción económica o se le obliga a corregir o suspender su publicidad. Respecto a esto último, con las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), en 2004, **Profeco** tiene facultades para ordenar el retiro del anuncio al medio de comunicación que sirva de plataforma para la difusión de la publicidad que se estime violatoria de la Ley.

Tal vez no le diga mucho que durante 2005 se impusieron más de un millón 600 mil pesos en multas, se ordenaron más de 20 suspensiones y se corrigieron más de 35 mensajes publicitarios, sin embargo, para conocer mejor los alcances de **Profeco** en el

Un comercial "polivoz"

Foto *Revista del Consumidor*, abril de 1977

También en 1977 se le cuestionaba a Eduardo Manzano, uno de los Polivoces, qué opinión le merecía la publicidad que se hace en los medios de difusión. Esta fue su respuesta:

"Creo que la gente se la vive quejándose de los comerciales pero es la primera en dejarse **bombardear** por ellos y creerse todo lo que les dicen. Yo, que vivo de los anuncios porque mi programa de televisión no existiría si no lo patrocinaran una gran cantidad de comerciales, estoy muy bien enterado de los fines que persiguen los publicistas. Ellos buscan bombardear la mente del público repitiéndole mil veces **la misma frase**, hasta que acaban por **creerla**... Pero en realidad los comerciales no me molestan mientras se abstengan de pasármelos cuando voy **al cine**. Ahí sí me dan ñáñaras, me endiabla de veras. No acepto que me bombardeen con un producto cuando estoy **pagando** por ver un espectáculo. En este caso es el público el que debería **cobrar** en la taquilla por tener que soportar el 'tómese esto, úntese esto, tráguese esto, mastique esto o fúmese esto'. Qué bueno que ahora existe la *Revista del Consumidor* para que sirva de **guía** a los mexicanos que no saben cómo manejar su presupuesto. Pienso que la gente debe **recomendar** esta publicación a los demás para que así, poco a poco, aprendan a **comprar mejor**. ¡Ay nanita! Mejor ahí muere, porque esto ya parece comercial".

Fuente *Revista del Consumidor*, mayo de 1977

rubro de la publicidad, basta con citar un ejemplo representativo por la cantidad de consumidores a los que se protegió, tales fueron las acciones emprendidas en contra de la publicidad engañosa de las líneas aéreas.

Como usted recordará, era una práctica habitual que las aerolíneas publicitaran sus boletos sin indicar con claridad el monto total que el consumidor iba a pagar (al momento de agregar el IVA, el TUA, el cargo por combustible y las cuotas de seguridad, entre otros cargos, el costo se incrementaba considerablemente). Así, utilizaban una técnica publicitaria que no permitía a los consumidores comparar realmente las diversas ofertas en el mercado, pues todos los competidores publicitaban sus tarifas a medias.

Luego de la intervención de **Profeco**, a partir de junio del 2005 los consumidores podemos estar seguros de que cualquiera de las aerolíneas que opera en el país nos informará con toda claridad lo que nos costará realmente el viaje. Todo lo anterior significó un éxito sin precedentes, porque además incluye en este nuevo criterio publicitario a sectores relacionados, como las agencias de viajes, arrendadoras de vehículos, líneas de cruceros y hoteles.

De esta manera, el área de publicidad de **Profeco** evita que los efectos perniciosos de la publicidad sigan sumando víctimas. Todo esto, claro está, sin limitar la creatividad de los proveedores-anunciantes, siempre y cuando no atenten contra los derechos de los consumidores.

Arreola y las "aberraciones" de la publicidad

A principios de 1977 se le preguntó al escritor Juan José Arreola si el lenguaje utilizado en la publicidad deformaba nuestro idioma. Ésta fue su respuesta:

"Sí, frecuentemente. Sobre todo fomenta el uso de formas populares de mala manera. A mí me molesta muchísimo cuando los publicistas adoptan palabras del lenguaje popular para conformar sus anuncios. Me acuerdo de esos espantosos anuncios de un fabricante de zapatos: El de 'don Sebas' es el peor que ha habido en México. Antes tuvimos otros de similar calidad: 'aquí están tus trompudotes'. Lo que me extraña es que a las autoridades no les haya llamado la atención tanta aberración. Se llegó a decir 'uniséxate', que no está bien expresado porque jamás seremos más sabios que la naturaleza. Ésta diferenció a las criaturas, y de manera clarísima, a los mamíferos. No vamos a resolver la ecuación igualando los sexos".

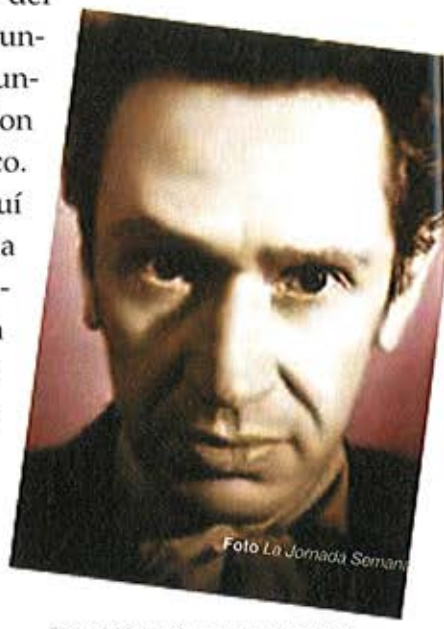


Foto *La Jornada Semanal*

Fuente *Revista del Consumidor*, enero de 1977

III. Contratos

Resulta que un día a Fernando, acompañado de un primo –ambos menores de edad–, se le ocurrió comprarse una motocicleta. Así, fue a una agencia y eligió una Islo modelo T-100 por la que pagó cinco mil pesos en efectivo y firmó un contrato en el que se comprometía a saldar tres pagarés por mil pesos cada uno, además de entregarle al proveedor ¡un aparato estereofónico y unas cintas de audio!

Hoy este "contrato", además de inverosímil, resultaría abusivo. Sin embargo, fue real. Evitar este tipo de problemas es precisamente la labor del área de Contratos de Adhesión de **Profeco.** Un contrato de adhesión es un documento elaborado unilateralmente por el proveedor, en el que se establecen los términos y condiciones aplicables a la adquisición de un producto o la prestación de un servicio. Es decir, es el papel con el que los consumidores aceptamos ciertos compromisos, incluido lo que digan las letras chiquitas, a cambio de obtener algo que necesitamos o queremos.

Pero al ser redactado sólo por el proveedor, existe la posibilidad de que éste se aproveche e imponga cláusulas que por desconocimiento o descuido los consumidores aceptan al firmar. Hoy día, como en el caso citado (que, por cierto, se solucionó en favor de los padres del motociclista adolescente), **Profeco** apoya a los consumidores ante cualquier tipo de abuso, además de que verifica que los contratos no contengan cláusulas abusivas o lesivas a los intereses de los consumidores.

Para esto, la LFPC o las Normas Oficiales Mexicanas obligan a proveedores de ciertos bienes o servicios a registrar ante **Profeco** sus modelos de contratos, antes de utilizarlos en sus operaciones comerciales. Pero también existen los proveedores que, aunque no están obligados a registrar sus contratos, lo hacen de forma voluntaria. Esto sucede porque reconocen que al presentar en sus operaciones comerciales un acuerdo registrado ante **Profeco,** ganan en confianza con el consumidor. Antes de firmar, usted puede constatar si un contrato está debidamente registrado llamando al 5625-6700, exts. 1382 y 1260.

Al respecto, uno de los casos más relevantes que se han atendido a favor de los consumidores es el de los contratos de adhesión en materia inmobiliaria: luego de varios meses de controversia –surgida debido a que los constructores y fraccionadores inmobiliarios se negaban a acatar los dispuesto por las reformas a la LFPC de mayo del 2004–, el 16 de junio de 2005, la Suprema Corte de Justicia emitió una resolución que confirmó la obligación de las empresas desarrolladoras de vivienda

Foto *Revista del Consumidor*, abril de 1977

a registrar sus contratos de adhesión ante **Profeco,** lo que representó un triunfo sin precedentes en la lucha por los derechos de los consumidores (y en contra de los llamados vicios ocultos que podían hacerse presentes en el transcurso del tiempo, sin que el consumidor pudiera hacer un reclamo por los mismos).

De esta manera, cuando un consumidor se encuentre ante cualquier tipo de contrato de adhesión registrado ante **Profeco,** puede tener la certeza de que sus derechos serán respetados y que la posibilidad de abuso es inexistente. Sin embargo, para evitarse contratiempos, es responsabilidad del consumidor *leer con detenimiento cualquier papel antes de firmarlo,* y en caso de dudas, solicitar ayuda al Teléfono del Consumidor 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.

Fuentes Dirección General de Quejas y Conciliación, **Profeco** • Dirección de Publicidad y Normatividad, **Profeco** • *Revista del Consumidor*, febrero-marzo de 1977, abril de 1977 y abril de 2003 • www.profeco.gob.mx

Televisores medianos de pantalla

Si ya decidió que su actual televisor no es el que quisiera –por ejemplo, para disfrutar el próximo mundial de fútbol–, le adelantamos que en el mercado encontrará una gran oferta de tamaños (de menos de 14” a más de 42”), de tecnologías (las “antiguas” de pantalla cilíndrica, de pantalla plana, de cristal líquido, de plasma) y de precios que van de menos de mil a más de 60 mil pesos. Ante este panorama, ¿cuál escoger? Si se decide por un televisor de formato mediano, le ayudamos a resolver este peliagudo problema.

Fotos José Rodríguez

plana y LCD (cristal líquido)

En diciembre del 2005 le informamos sobre la calidad y precios de los televisores de pantalla plana de 29". En esta ocasión el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor se dio a la tarea de evaluar los televisores medianos de pantalla plana y los de pantalla de cristal líquido (LCD). A precios aún considerables aunque cada vez más accesibles, los mejores equipos LCD ofrecen gran calidad de imagen y funciones especiales, como desempeñarse como monitor para su computadora o aceptar señales de televisión de alta definición (HDTV). Sin embargo, es importante resaltar que la señal de alta definición implica costos importantes y es de acceso muy limitado (vea el recuadro).

El estudio

Se analizaron 16 modelos de televisores medianos: ocho de pantalla plana de 21”y ocho televisores con pantallas LCD de tamaños entre 19”y 23”. Cada modelo se sometió a las seis pruebas que se describen a continuación.

Foto José Rodríguez

Consulte las funciones y atributos relevantes de los televisores en las tablas.

Calidad de video. Se evaluaron dos aspectos centrales para la calidad del video: fidelidad de color y calidad de imagen. Por *fidelidad de color* se entiende qué tan bien reproduce el aparato los colores de una señal de TV y los de una película grabada en DVD; para evaluarla se midieron los parámetros que definen el color en un televisor: croma (cantidad de color), luminancia (brillo) y fase (color).

En cuanto a la *calidad de imagen* se verificó –para los televisores de pantalla plana– que las proporciones (geometría) de los objetos o personas televisadas no presentaran deformaciones notables que los hicieran parecer achatados o alargados, así como que en cada punto de imagen de la pantalla se reproduzca correctamente el punto de imagen de la señal de TV original, entre otros parámetros.

Para los televisores LCD se analizaron aspectos como el ángulo de visión (ángulo a partir del cual ocurre pérdida de intensidad de la imagen y variaciones en los colores cuando la pantalla se mira de lado) y si son capaces de desplegar correctamente los negros de una imagen, ya que por su tecnología la mayoría de las pantallas LCD sólo logran desplegar grises muy oscuros.

Calidad de audio. Se determinó la distorsión del audio en cada bocina del televisor, así como su capacidad para reproducir con buen nivel todas las frecuencias audibles para el oído humano.

Sensibilidad de antena. Se analizó la capacidad de cada televisor para visualizar aceptablemente señales débiles de TV recibidas por antena aérea.

Información al consumidor. Todos los equipos debían incluir un instructivo de uso. Se verificó además que la etiqueta informara sobre el tipo de producto, marca, modelo y características de alimentación eléctrica. Las garantías debían estar en español e indicar sus alcances y restricciones. Todos los modelos informan correctamente.

Atributos. Las tablas respectivas proporcionan información sobre las funciones y atributos relevantes de cada televisor.

Recomendaciones de uso

- **Las películas pirata no proporcionan sonido ni video de buena calidad**, sin importar qué equipo utilice para reproducirlas.

- Al principio puede resultar un poco complicado entender, acceder y activar algunas de las funciones y conexiones de su equipo. **Para aprovechar al máximo las posibilidades de su televisor, lea el instructivo de uso**.

- **La distancia ideal para ver un televisor** es la equivalente al tamaño de su pantalla –longitud en pulgadas de la diagonal de la misma– multiplicado por 4 o 5.

- **Coloque el televisor sobre una superficie plana** (no inclinada) y resistente. No lo instale en lugares con humedad o polvo excesivos.

- **Las pantallas LCD son especialmente delicadas**, evite tocarlas con los dedos o golpearlas.

- **Evite que la pantalla quede frente a alguna ventana donde la luz del sol entre de manera directa**, dado que esto le obligará a ajustar la brillantez y el contraste a niveles muy altos, con lo cual la calidad de imagen disminuirá.

- **Le recomendamos revisar el recuadro** "Cómo mejorar la imagen en su televisor" publicado en el número de diciembre de 2005, donde analizamos los televisores de 29", o consulte www.profeco.gob.mx/html/revista/pdf/estudios.htm

- Cuando limpie un televisor use un paño suave. **Asegúrese de desenchufar previamente el cable de alimentación**.

- **En caso de falla, atienda las sugerencias de su instructivo**. Si no logra eliminar la falla, no abra su televisor. Llévelo a un centro de servicio autorizado.

Diferencias entre pantalla plana y LCD

Foto José Rodríguez

En comparación con los televisores de pantalla plana, los LCD son notablemente ligeros, pero los precios de los modelos analizados son considerablemente mayores.

LCD. En comparación con los televisores de pantalla plana, son notablemente ligeros, pero los precios de los modelos analizados –que varían entre 9 y 18 mil pesos– son considerablemente mayores.

En cuanto a calidad, tienen gran versatilidad de conexión con otros aparatos –si presentan entrada RGB o DVI, pueden funcionar como un monitor de computadora–; algunos modelos cuentan con la capacidad para aceptar señal de alta definición (HDTV).

Entre sus puntos débiles incluyen un ángulo de visión menor, aunque no crítico, y una fidelidad de color ligeramente menor que la que logra un televisor de pantalla plana, aunque, justo es decirlo, la diferencia no será notable a menos que usted sea un entusiasta del video y tenga un manejo muy preciso del color, tinte, brillo y contraste de su televisor.

Pantalla plana. Aunque ofrecen una calidad de imagen un poco mejor a un costo mucho menor –entre dos y cuatro mil pesos–, y pueden verse desde casi cualquier ángulo sin que se pierda brillo o cambien los colores, su tecnología sufre para generar una imagen adecuada en las esquinas de la pantalla, donde suelen deformarse las imágenes o alterarse ligeramente los colores en los contornos de los objetos televisados.

Comparados con los tamaños equivalentes de LCD, los televisores de pantalla plana son voluminosos y pesados (alrededor de 25 kg para modelos de 21").

Ninguno de los modelos analizados en este estudio acepta señal de alta definición.

Televisores de pantalla plana de 21”

Precios mínimos y máximos *

Marca / Modelo / País de origen / Garantía (años)	Evaluación global	Video: Color	Video: Imagen	Video: Audio	Ciudad de México: Precio mínimo o único	Ciudad de México: Tienda	Ciudad de México: Precio máximo	Ciudad de México: Tienda
Sharp / XFlat 21FL94 / México / 2	**E**	E	E	E	1,999.00	Costco	2,070.00	Viana
Philips** / 21PT6541/85 / México / 1	**E**	E	E	MB				
Sony / Wega KV-21FS120 / México / 1	**E**	E	MB	E	2,890.00	Centro Mueblero	3,590.00	Palacio de Hierro
Samsung / CL-21M21EQ / México / 2	**MB**	MB	E	E	2,907.00	Hermanos Vázquez	3,449.00	Liverpool
Toshiba / 21ARF45 México / 1	**MB**	MB	E	E	2,188.80	Audio Polis y Mega Audio 1	2,999.00	Fábricas de Francia, Liverpool y Sears
Panasonic / Tau CT-F2155SW México / 2	**MB**	E	MB	MB	3,499.00	Sears	3,699.00	Coppel
LG / Flatron RP-21FC40G / México / 3	**MB**	MB	E	MB	3,499.00	Coppel	3,990.00	Palacio de Hierro
Daewoo / DTQ-21U8SS / México / 2	**MB**	MB	E	MB	2,180.00	Viana	2,599.00	Coppel

* Precios levantados del 13 al 27 de enero de 2006.
** No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien

Foto José Rodríguez

Atributos de televisores de pantalla plana de 21”

Marca / Modelo	Varios: a1	Varios: a2	Varios: a3	Conexiones: b1	Conexiones: b2	Conexiones: b3	Conexiones: b4	Conexiones: b5	Accesorios
Daewoo / DTQ-21U8SS		✔	✔	2			1	✔	antena
LG / Flatron RP-21FC40G	✔	✔		2		1	1	✔	antena
Panasonic / Tau CT-F2155SW	✔	✔	✔	2		1	⌘		
Philips / 21PT6541/85	✔	✔	✔	2	1	1	1	✔	
Samsung / CL-21M21EQ	✔	✔		3	1	1	1	✔	antena y cable A/V
Sharp / XFlat 21FL94		✔	◆	2		1	⌘		
Sony / Wega KV-21FS120	✔	✔	✔	2		1		✔	antena
Toshiba / 21ARF45		✔	◆	2		1	⌘		

Quién es Quién en los precios

Toluca				León			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
				2,299.00	Soriana	2,323.00	Mundi Hogar
2,993.00	Bodega Aurrerá	3,299.00	Sears	2,959.00	Coppel	3,299.00	Sears
3,419.00	Sears	3,599.00	Coppel	2,998.00	Comercial Mexicana	3,449.00	Fábricas de Francia
2,999.00	Sears			2,399.00	Chedraui	2,999.00	Fábricas de Francia y Liverpool
2,999.00	Salinas y Rocha	3,499.00	Sears	2,999.00	Elektra	3,699.00	Coppel
3,499.00	Coppel			3,499.00	Coppel		
2,249.00	Elektra	2,899.00	Sears	2,249.00	Elektra		

Varios

a1 Ajuste automático de volumen (AVL).
a2 Encendido y apagado programado.
a3 Bloqueo de canales (control paterno).

Conexiones

b1 Entrada de audio/video RCA.
b2 Entrada de S-video.
b3 Entrada por componentes Y, P_B, P_R y audio estéreo.
b4 Salida de audio/video RCA.
b5 Salida para audífonos.

Notas

- Además, todos los modelos presentan entrada RF para antena o TV por cable, controles de volumen y canales al frente, función SAP, subtítulos (Closed Caption), opciones de sonido ambiental (Surround) y estéreo.
- El modelo CT-F2155SW de Panasonic presenta *subwoofer* para realzar los sonidos graves y una película en DVD sobre grandes goles del fútbol.
- El modelo RP-21FC40G de LG presenta la función de "ojo mágico" que optimiza automáticamente la imagen a las condiciones de iluminación ambiental e incluye 15 juegos.
- El modelo CL-21M21EQ de Samsung presenta la función de imagen sobre imagen (PIP).

◆ Sólo se puede limitar el tiempo que se puede ver la tele por día.
⌘ Salida de audio estéreo.

Ficha técnica

Periodo del muestreo:
24 de noviembre de 2005 a 5 de enero de 2006

Realización del estudio:
15 de noviembre de 2005 a 31 de enero de 2006

Marcas/modelos analizados:
8/16

Pruebas/ensayos realizados:
96/1,792

Televisores de pantalla LCD entre 19” y 23”

Precios mínimos y máximos*

Marca/ Modelo / País de origen / Garantía (años)	Tamaño / Formato de la pantalla / Acepta alta definición	Evaluación global	Video			Ciudad de México			
			Color	Imagen	Audio	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
Samsung / LN23R51B / México / 2	23” / 16:9 si	**E**	E	E	E	14,497.00	Audio Mundo	16,999.00	Liverpool
Sharp / Aquos LC20B9US / México / 1	20” / 4:3 no	**E**	E	E	E	16,190.00	Liverpool	16,990.00	Palacio de Hierro
Sony / Wega KLV-S19A10 / Japón / 1	19” / 16:9 si	**E**	E	E	E	11,640.00	Audio Mundo y Sony Shop	14,990.00	Palacio de Hierro y Sanborns
Philips / FLATTV 23PF5320 / 28 / China / 1	23” / 16:9 si	**E**	E	MB	E	12,960.00	Hermanos Vázquez	13,988.00	Audio Mundo
Toshiba / 23HLV85 / México / 1	23” / 16:9 si	**MB**	E	B	E	19,599.00	Fábricas de Francia y Liverpool		
Panasonic / Viera TC-20LA5X / México / 2	20” / 4:3 no	**MB**	MB	E	MB	9,897.00	Wal Mart	11,650.00	Palacio de Hierro
LG / RM-20LZ50 / México / 3	20” / 4:3 no	**MB**	MB	B	E	15,999.00	Sears	17,999.00	Sanborns
Daewoo / DSL-20D1 / México / 1	20.1” / 4:3 no	**MB**	E	B	B	9,085.00	Hermanos Vázquez		

* Precios levantados del 13 al 27 de enero de 2006.

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien

Foto José Rodríguez

Atributos de televisores de pantalla LCD entre 19” y 23”

Marca / Modelo	Varios				Conexiones								Resoluciones soportadas❖	Accesorios
	a1	a2	a3	a4	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8		
Daewoo / DSL-20D1				✔	1	1	1	1					480i	
LG / RM-20LZ50		✔	✔		1	1	1		✔				480i	
Panasonic / Viera TC-20LA5X				✔	2	2	1		✔				480i	
Philips / 23PF5320/28	✔	✔		✔	2	1	2	1		✔		✔	480i, 480p, 720p, 1080i	
Samsung / LN23R51B	✔	✔	✔	✔	2	1	2	⌘	✔	✔	✔	✔	480i, 480p, 1080i	Cable coaxial
Sharp / Aquos LC20B9US			✔	✔	2	1	2	1	✔	✔		✔	480i, 480p	Cable VGA
Sony / Wega KLV-S19A10	✔	✔	✔	✔	3	3	1	⌘	✔	✔	✔	✔	480i, 480p, 720p, 1080i	Cable VGA y coaxial
Toshiba / 23HLV85	✔	✔		✔	2	1	1	⌘	✔	✔	✔	✔	480i, 480p, 720p, 1080i	

Quién es Quién en los precios

Toluca				León			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
16,599.00	Sears	16,999.00	Liverpool	16,599.00	Sears		
16,190.00	Liverpool			16,190.00	Fábricas de Francia y Liverpool		
11,997.00	Wal Mart	13,719.00	Liverpool y Sears	11,765.00	Costco	13,719.00	Fábricas de Francia, Liverpool y Sears
19,599.00	Liverpool						
9,897.00	Wal Mart	11,219.00	Sears	11,219.00	Sears		
15,999.00	Sears						

Varios

a1 Pantalla con formato súper ancho 16:9.
a2 Ajuste automático de volumen (AVL)
a3 Encendido y apagado programado
a4 Bloqueo de canales (control paterno).

Conexiones

b1 Entrada de audio/video RCA.
b2 Entrada de S-video.
b3 Entrada por componentes Y, P_B, P_R y audio estéreo.
b4 Salida de audio/video RCA.
b5 Salida para audífonos.
b6 Entrada VGA.
b7 Entrada HDMI.
b8 Funciona como monitor de computadora.

Notas

- Además todos los modelos presentan entrada RF para antena o TV por cable, controles de volumen y canales al frente, función SAP, Subtítulos (Closed Caption), opciones de sonido ambiental (Surround) y estéreo.
- También permiten ajustar el ángulo de visión vertical (excepto el modelo LN23R51B de Samsung).
- El modelo 23HLV85 de Toshiba cuenta con reproductor DVD integrado, multiregión y con sonido DolbyDigital® (tiene salida óptica de audio digital), también reproduce CD-Audio, CD-MP3 y CD-WMA.
- El modelo LC20B9US de Sharp cuenta con función para orientar la imagen en la pantalla en espejo, rotarla o voltearla.
- El modelo 23PF5320/28 de Philips cuenta con entrada DVI digital para conectar a una computadora y función de imagen sobre imagen (PIP).
- El modelo LN23R51B de Samsung cuenta con función de imagen sobre imagen (PIP).

⌘ Salida de audio estéreo.
❖ Televisión estándar: 480i y 480p. Para televisón de alta definición: 720p y 1080i.

Normatividad

NOM-001-SCFI-1993. Aparatos electrónicos. Aparatos electrónicos de uso doméstico alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica. Requisitos de seguridad y métodos de prueba para la aprobación de tipo.

NOM-024-SCFI-1998. Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.

NMX-I-031-NYCE-2002. Electrónica. Audio y video. Pantallas de televisión y monitores. Método de medición del área visible.

NMX-I-036-NYCE-2002. Requisitos generales de cinescopios para televisión monocromática.

NMX-I-069-NYCE-2002. Condiciones generales de prueba empleadas en receptores monocromáticos de la banda comercial.

Metodologías desarrolladas por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Tecnología de televisores

Actualmente coexisten televisores que utilizan diversas tecnologías que implican distintas calidades y precios. Aquí le presentamos las diferencias más importantes:

Televisor de pantalla cilíndrica

Fue el televisor presente en los hogares durante muchos años. **La pantalla del cinescopio tiene una superficie cilíndrica, lo que provoca distorsión geométrica de las imágenes en las esquinas del equipo**. Varias marcas aún comercializan modelos de este tipo, y suelen ser los más baratos.

Televisor de pantalla plana

En la actualidad son los más comunes. **La pantalla del cinescopio tiene una superficie plana que, aunque no logra eliminar del todo la deformación en las esquinas, ofrece una mejor calidad de imagen con respecto a las pantallas esféricas.** Su precio es moderado y en general ofrecen una calidad de imagen de muy buena a excelente.

Televisor de pantalla de cristal líquido (Liquid Crystal Display)

La imagen de estos equipos se despliega en un panel plano cuyos puntos de imagen (pixeles) usan la tecnología de cristal líquido, lo que permite fabricar televisores muy delgados con una calidad de color notable y sin problemas de deformación de la imagen. Suelen aceptar señales de alta definición. Se encuentran en tamaños desde 19" hasta las 65" y su precio es mucho mayor que el de las pantallas planas.

Si se les compara con las pantallas de plasma, quedan en un nivel inferior debido a que la mayoría de éstos no pueden generar con tanta precisión los negros y a que su ángulo de visión es limitado.

Televisor de pantalla de plasma

Se basan en un panel plano delgado, donde cada punto de imagen es generado en una cápsula que contiene gases de neón y xenón ionizados. Ofrecen la mejor calidad de imagen posible, un ángulo de visión muy amplio y están preparadas para señales de alta definición.

Son la mejor opción para sistemas de teatro en casa, aunque sus tamaños comienzan a partir de las 40" y su precio es considerable. Entre sus puntos débiles resalta que en poblaciones ubicadas a gran altitud –como la Ciudad de México– tienden a generar un zumbido que puede llegar a ser molesto; además, durante las primeras 500 horas de uso es necesario tener cuidado de no dejar una imagen fija en la pantalla para evitar que se "queme", es decir, que quede grabada la silueta de la imagen.

La alta definición

Probablemente ha tenido noticia de la televisión de alta definición –HD o HDTV por sus siglas en inglés–, en especial porque algunos proveedores de TV por cable o satélite ofrecerán transmisiones de los partidos del mundial de fútbol Alemania 2006 con esta tecnología. Aunque este tipo de señal ofrece muchas ventajas, existen algunos problemas y costos asociados a la nueva tecnología que es importante conocer.

Aunque este tipo de señal ofrece muchas ventajas, existen algunos problemas y costos asociados a la nueva tecnología que es importante conocer.

Ventajas

En esencia la alta definición se refiere a la nueva generación de televisores, películas y transmisoras de TV que ofrecen una calidad de imagen superior en comparación con las actuales señales de TV. En un televisor de alta definición que reproduce una señal de TV de alta definición (HDTV) los objetos se ven mejor definidos –inclusive los más pequeños– porque pueden desplegar en la pantalla hasta 1080 líneas de imagen; en contraste, los televisores actuales sólo pueden desplegar imágenes que constan de hasta 480 líneas (menos de la mitad).

Otras mejoras tienen que ver con un menor ruido en la imagen y mejor ajuste de los colores, además de un audio mejorado. En otras palabras, las jugadas de fútbol se verán más nítidas.

Para disfrutar de la alta definición debe adquirir un televisor de alta definición, los más comunes son de los del tipo de pantalla LCD y los de plasma, cuyos precios van desde 7 mil a los 60 mil pesos dependiendo el tamaño. Además debe contratar un paquete de TV por cable o por satélite que proporcione canales con señales de alta definición. En algunos casos deberá adquirir un cable HDMI (Interfaz Multimedia de Alta Definición) para conectar sus equipos.

Desventajas

El problema principal con esta señal es que aún son muy pocos los canales que se transmiten en HD y no está claro que el número vaya a aumentar significativamente en un futuro inmediato; es decir, después del mundial no tendrá, a corto plazo, mucha oportunidad de aprovechar esta tecnología.

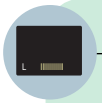
Por otro lado es probable que este año se defina finalmente cuál será el próximo formato en DVD para grabar películas en alta definición. Actualmente coexisten el HD DVD, desarrollado por Toshiba y Hitachi y apoyado por Intel y Microsoft, entre otras marcas; y el Blu-ray, desarrollado por Sony y Philips y apoyado por Samsung, Panasonic, entre otros. Por el lado de las productoras cinematográficas, Sony Pictures Entertainment, Paramount Pictures y 20th Century Fox, apoyan Blu-ray; mientras que HD DVD es apoyado igualmente por Paramount Pictures y compañías como New Line Cinema y Universal Studios.

Aunque se espera que al final prevalezca uno solo formato para grabar películas en alta definición, es probable que ambos coexistan por algún tiempo, lo que dificulta la decisión de qué reproductor de DVD de alta definición adquirir. El hecho es que mientras usted no disponga de uno de estos reproductores –que además aún son muy costosos– no podrá disfrutar de las películas DVD grabadas con esta tecnología.

En suma, aunque la transición a la alta definición promete una mejor experiencia audiovisual, conlleva un costo considerable que usted debe estar dispuesto a pagar desde ahora sin que por lo pronto pueda aprovecharlo plenamente.

Por último, cabe aclarar que un televisor de alta definición le permitirá ver sin problemas las señales convencionales de TV y películas DVD actuales.

Glosario



AVL (ajuste automático de volumen). Compensa el nivel del volumen para que el sonido no aumente o baje demasiado entre programas y comerciales o al cambiar de canal.

Bloqueo de canales (autolock, V-Chip o control paterno). Función que permite restringir el acceso a canales de TV cuyos programas contengan lenguaje ofensivo, violencia, sexo, etc.

Cinescopio o CRT (tubo de rayos catódicos). Tubo de cristal al vacío empleado para desplegar imágenes en una de sus superficies, formando así la pantalla de un televisor plano. El cinescopio reproduce 525 líneas de imagen, pero sólo 480 son visibles.

Compatibilidad con alta definición (HD). Cuando un televisor acepta una señal de televisión de *alta definición* (HDTV) ya sea por cable o aire, o prove-niente de un reproductor DVD de alta definición (formatos Blu-ray o HD DVD), la conexión puede hacerse hasta por cuatro posibles conexiones: RF (sólo si el televisor cuenta con sintonizador ATSC), entrada por componentes, entrada HDMI y entrada DVI dependiendo el modelo de televisor.

Entrada de antena por cable coaxial (RF). Es la más común para conectar la señal proveniente de la antena o servicio de cable al televisor. Respecto a las otras entradas, es la más modesta en cuanto a la calidad de la señal de TV.

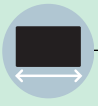
Entrada de audio/video RCA. Consta de tres conectores: un conector amarillo para el video (video compuesto) y dos para el audio estéreo (colores rojo y blanco). Es la entrada más común para conectarle a su televisor una reproductor DVD o una videocámara.

Entrada de súper video (S-Video). Entrada de video que ofrece una mejor calidad respecto a la entrada de video RCA. La mayoría de los reproductores DVD pueden conectarse a su televisor por esta entrada.

Entrada de video por componentes (Y, P_B, P_R). Entrada de video mejorada que se realiza a través de un cable con tres conectores (Y, P_B, P_R). Algunos reproductores DVD tienen este tipo de salida.

Escaneo progresivo (Progressive Scan). Si el televisor es compatible con este atributo, podrá ver imágenes en movimiento con menor ruido y detalles mejor definidos. Esta función ofrece la mejor calidad de imagen en un televisor y puede disfrutarse a través de un reproductor DVD que cuente con salida de video por componentes compatible con Progressive Scan. A la señal de video convencional –no progresiva– se le conoce como entrelazada.

Formato estándar. Es el formato más común en que la imagen se muestra en un televisor, también es conocido como formato 4:3.

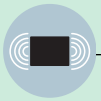


Formato ancho (Wide Screen). Muestra las imágenes transmitidas en formato 16:9 (formato de pantalla de cine). Algunas pantallas LCD tienen un tamaño en formato 16:9 que también puede reproducir imágenes en formato 4:3.

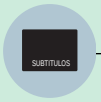
Imagen sobre imagen (Picture in Picture). Esta característica permite ver en pantalla completa un canal de televisión y en un pequeño recuadro otro canal o señal de video.

Resolución del televisor. Debido a la necesidad de diferenciar la TV de alta definición de la estándar, cuando se habla de resolución en un televisor nos referimos al número de líneas de imagen totales que puede reproducir en la pantalla. Cuando este valor va acompañado de una 'p' minúscula al final, como 480p, significa que acepta el *escaneo progresivo* y si presenta una 'i' minúscula como 1080i, indica que sólo soporta el video entrelazado.

SAP (Programa de Audio Separado). Función que permite escuchar el audio original del programa antes de su doblaje al español o el doblaje a un idioma extranjero (en los programas de TV que lo proporcionen).



Sonido surround o virtual. Esta función permite generar un efecto de profundidad en el sonido reproducido.



Subtitulación (Closed Caption). Permite visualizar en pantalla mensajes escritos que vienen en la transmisión de TV; normalmente estos mensajes son subtítulos del diálogo o voz que se escucha en la transmisión.

Televisión de alta definición (HDTV). Es un nuevo estándar que establece las características de la nueva televisión digital (DTV), misma que ofrece una calidad de imagen superior respecto a la televisión actual o estándar. Entre sus características principales está el establecer mayor cantidad de información de líneas de imagen en la pantalla, es decir, ofrece resoluciones mayores: 720 y 1,080 líneas contra las 480 líneas de la televisión estándar.

Foto José Rodríguez

Conclusiones y recomendaciones generales

Todos los modelos analizados ofrecen un desempeño más que adecuado para aprovechar la gran mayoría de las señales de televisión y de películas en DVD.

Con respecto a la imagen, en el caso de los televisores de pantalla plana, una calificación excelente significa que las deformaciones de la imagen son mínimas; muy buena significa que la deformación es mayor sin llegar a ser grave. Para las pantallas LCD, excelente significa que el ángulo de visión de la pantalla es amplio y reproduce muy bien los negros; muy bueno indica que los negros se perciben ligeramente azulosos o grisáceos; la calificación de bueno implica que además, el televisor presenta un ángulo de visión menor, percibiéndose un brillo azuloso en toda la pantalla –sobre todo en imágenes oscuras– y una ligera alteración de los colores al verla de lado.

La posibilidad de aprovechar las señales de alta definición (HD) durante el próximo mundial puede ser tentadora; sin embargo, antes de pagar el precio le sugerimos revisar la información anexa (recuadro “Alta definición”).

Recuerde que a mayor cantidad de atributos de un televisor, mayor es su precio.

Todos los modelos analizados presentan al menos una entrada frontal o lateral de audio/video que le permitirá conectar una videocámara o algunas cámaras digitales con salida de video.

En caso de que deba usar la señal abierta de televisión, todos los modelos ofrecen sintonizador con sensibilidad adecuada.

Con respecto al color, los televisores analizados que ofrecen calidad excelente reproducen los colores con fidelidad sin que se saturen (apariencia demasiado intensa); los de calidad muy buena tienden a saturar ligeramente los tonos cálidos (naranjas y rojos) y no reproducen fielmente algunos colores, sin ser grave.

Con respecto al audio, excelente significa que el equipo puede reproducir un rango más amplio de sonidos audibles con mínima distorsión; muy bueno implica un rango menor y una mayor distorsión de sonidos reproducidos, sin ser grave.

La calidad de audio de los modelos de televisores analizados le permitirá disfrutar la gran mayoría de las señales de los canales de TV abierta o por cable; de hecho, algunos ofrecen un sonido ambiental bastante bueno al reproducir películas en DVD. Sin embargo, estos equipos no ofrecen la calidad del sonido logrado por los sistemas de teatro en casa.

Aunque todos los modelos de pantalla plana analizados presentan un cinescopio cuyo tamaño es de 21”, el área visible es de 20” (longitud de la diagonal sobre la pantalla).

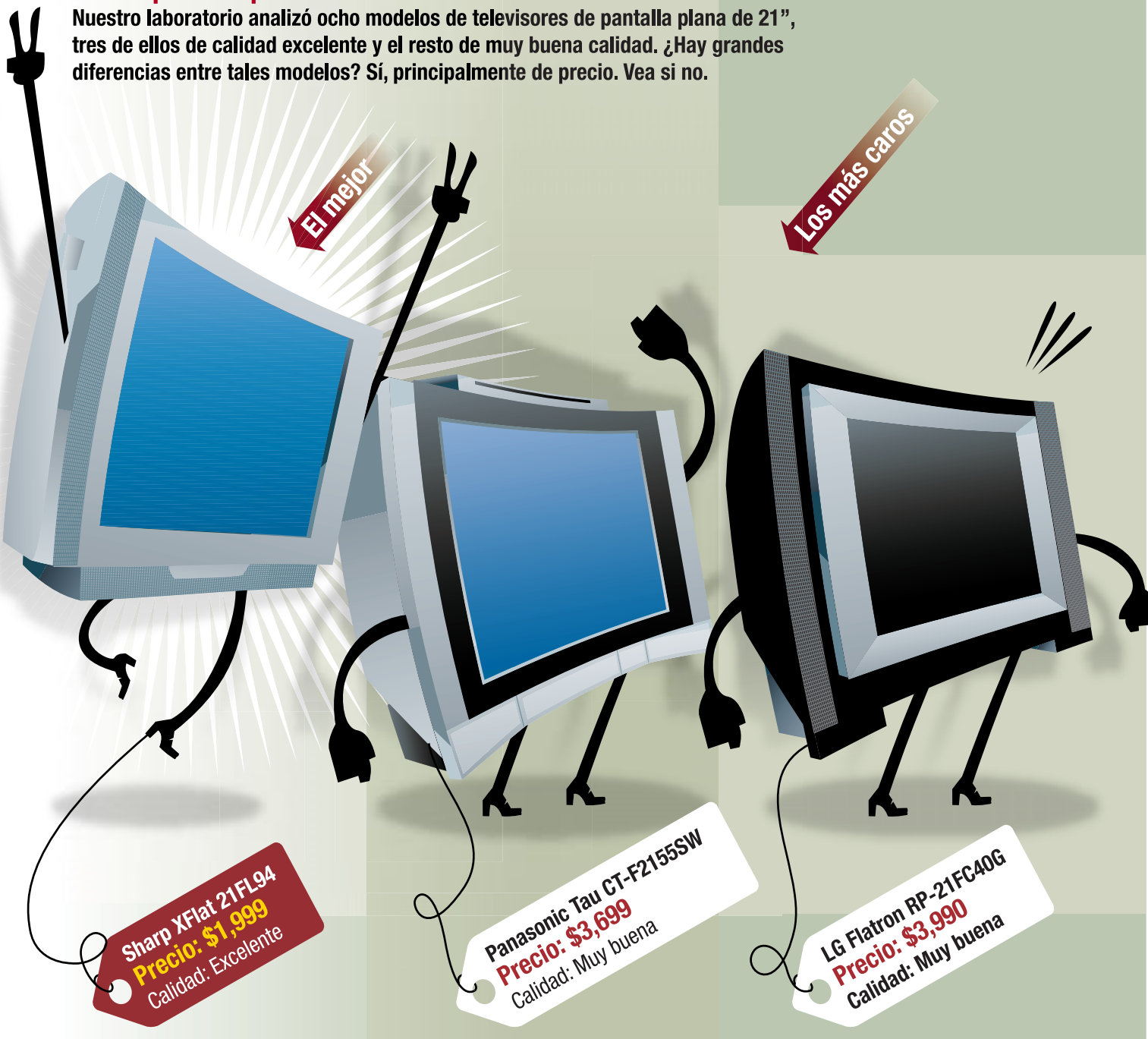
Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx

Televisores medianos (pantalla plana y LCD), en resumen

¿Qué televisor comprar? ¿Los "viejitos" de pantalla plana o uno de cristal líquido? Aunque estos últimos enamoran de tan sólo verlos, conviene pensarlo bien antes de hacer el gasto.

Los de pantalla plana

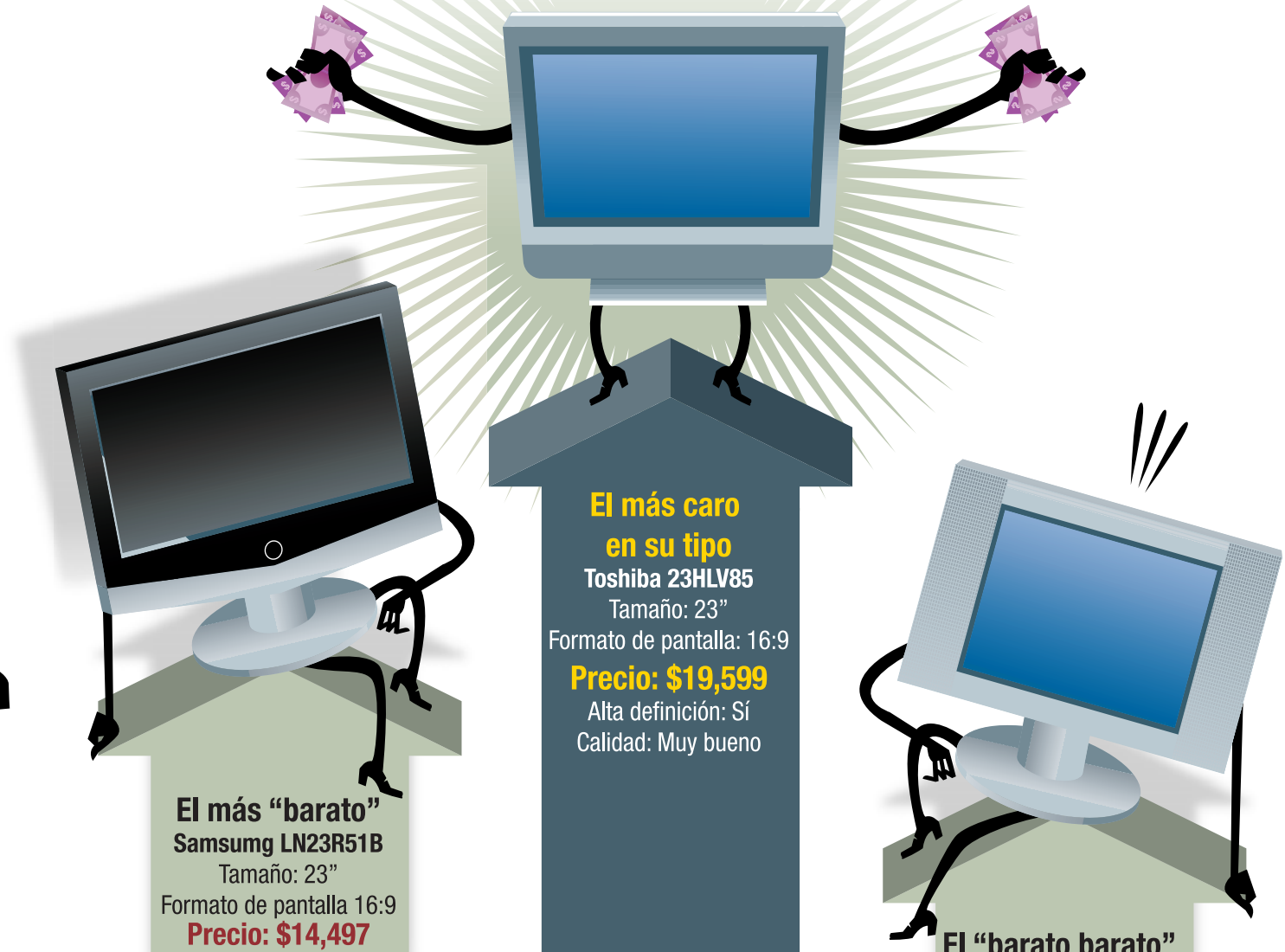
Nuestro laboratorio analizó ocho modelos de televisores de pantalla plana de 21", tres de ellos de calidad excelente y el resto de muy buena calidad. ¿Hay grandes diferencias entre tales modelos? Sí, principalmente de precio. Vea si no.



¿Cabría la duda al momento de elegir entre estos tres modelos? Difícilmente, pues el Sharp es excelente y cuesta la mitad o un poco menos que los otros dos modelos, que en comparación sólo alcanzaron una calificación de muy buenos, pero ofrecen atributos adiconales que debe ponderar.

Los LCD

Los televisores LCD son muy bonitos, muy ligeros y tienen funciones que ningún televisor de pantalla plana que analizamos puede ofrecer, por ejemplo, acceder a las señales de alta definición (HD), la tecnología que ya desde ahora ofrecen algunas transmisoras de TV para ver el próximo mundial de futbol. Sin embargo, la principal desventaja de esta tecnología, por ahora, es que habrá pocas ocasiones en que pueda aprovecharla al máximo (ver recuadro "La alta definición" en la pág. 33).



El más "barato"
Samsumg LN23R51B
Tamaño: 23"
Formato de pantalla 16:9
Precio: $14,497
Alta definición: Sí
Calidad: Excelente

El más caro en su tipo
Toshiba 23HLV85
Tamaño: 23"
Formato de pantalla: 16:9
Precio: $19,599
Alta definición: Sí
Calidad: Muy bueno

El "barato barato"
Daewoo DSL-20D1
Tamaño: 20.1"
Formato de pantalla 4:3
Precio: $9,085
Alta definición: No
Calidad: Muy buena

Como puede verse, **el más caro de estos aparatos cuesta 10 veces más que el mejor modelo de pantalla plana** (Sharp XFlat 21FL94). Pero además, la calidad de imagen que ofrece un televisor de pantalla plana es un poco mejor que la de un LCD, ¡y el precio no tiene comparación! Ahora bien, si usted puede darse el gusto de comprar uno de estos aparatos porque su precio se justifica por atributos que un televisor de pantalla plana no puede ofrecer (como la alta definición, tecnología que por ahora no podrá aprovechar al máximo), adelante, ¡es su decisión!

Infografía Old

Leches saborizadas

En el mercado se ofrecen leches saborizadas que representan una buena opción de consumo para el sano desarrollo de niños y adolescentes. Más allá de que la elección dependa del gusto personal, le ayudamos a decidir qué productos se adecuan más a las necesidades de su familia.

Fotos José Rodríguez

La leche es fuente exclusiva de caseína y otras proteínas que contribuyen a cubrir equilibradamente las necesidades del organismo. También es rica en calcio y vitamina D –necesarios para la formación de huesos y dientes– y contiene vitaminas A y del grupo B, además de otros nutrientes necesarios para el sano desarrollo durante la infancia y adolescencia.

Una de las estrategias comerciales para conseguir mayor aceptación por parte de los pequeños –y de no pocos adultos– es agregarle sabores que resulten atractivos como fresa, chocolate o vainilla; utilizar empaques llamativos y presentaciones en tamaños que facilitan su compra y traslado. Así pues, los envases tetrapak de leche saborizada prácticamente pueden encontrarse por doquier.

Durante este estudio, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor encontró leche saborizada en modalidades de leche entera, parcialmente descremada, semidescremada o descremada, opciones que pueden ser útiles sobre todo para adultos que buscan disminuir su consumo de grasa. Es importante señalar que todos los productos agregan azúcar, y que la mayoría agregan también saborizantes, colorantes y emulsificantes.

El estudio

Se analizaron 26 leches en sabores fresa, chocolate y vainilla. Todos los productos se compraron en diversos puntos de venta localizados en el Distrito Federal. Siempre que fue posible se analizaron al menos tres muestras de lotes diferentes.

Cada producto se sometió a las pruebas que a continuación se indican.

Contenido de proteínas
De acuerdo con lo exigido en la normatividad, se verificó que todas las leches saborizadas tuvieran como mínimo 25.5 g/l de proteínas, y que de éstas, al menos el 70% fueran caseína.

Contenido y origen de la grasa
Se verificó que la grasa contenida en las leches fuera la declarada y correspondiera a su denominación, es decir, la leche entera debía contener un mínimo de 30 g/l; la parcialmente descremada, entre 10 y 28 g/l; y la descremada no debía rebasar los 5 g/l.

Veracidad de la información
Se corroboró que el contenido neto cumpliera con lo declarado. Se verificó también que fuera veraz la información en cuanto a contenidos de vitamina A –que están obligados a declarar– y la de algunos minerales como calcio y hierro.

Calidad sanitaria
Todos los productos fueron analizados para asegurar que estuvieran libres de microorganismos patógenos o indicadores de mal manejo sanitario. Como era de suponer, debido al proceso de ultrapasteurización al que se someten, ninguno de los productos presentó problemas sanitarios.

Información al consumidor
Las etiquetas debían incluir información sobre su denominación, marca, razón social, nombre y domicilio del fabricante o comercializador, contenido neto, fecha de caducidad y lote. También debían ostentar por lo menos sus contenidos de proteína, grasa y vitamina A.

Leche ultrapasteurizada saborizada

Marca / Denominación	Sabor(es) / Presentación	País de origen	Información al consumidor	Contenido energético en promedio kcal/porción	Grasa promedio de leche (g/l)	Proteína promedio de leche (g/l)	Costo promedio por 100 ml
Al-día / Leche semidescremada	Fresa y chocolate 250 ml	México	Completa	199	21	33	$1.50
Alpura / Leche semidescremada	Fresa, vainilla y chocolate / 250 ml	México	Completa	189	18	31	$1.70
San Marcos / Leche semidescremada	Fresa, vainilla y chocolate / 250 ml	México	Completa	190	17	33	$2.00
Shot LALA / Leche semidescremada	Chocolate 330 ml	México	Completa	250	16	34	$2.00
Yomy LALA / Leche semidescremada	Fresa, vainilla y chocolate / 250 ml	México	Completa	193	17	32	$1.80
Minute Maid / Leche parcialmente descremada	Fresa, chocolate y choco-plátano 236 ml	México	No declara los contenidos de grasa y/o proteína en g/l o %. La declaración de ingredientes es incorrecta en cuanto a los contenidos de vitamina A y D.	202	12	31	$1.70
Desly Neolac / Leche semidescremada deslactosada	Chocolate 236 ml	México	Completa	164	17	34	$2.10
Nesquik Nestlé / Leche parcialmente descremada	Fresa, vainilla y chocolate / 240 ml	México	Completa	206	20	31	$2.00
Great Value / Leche entera	Fresa y vainilla 250 ml	México	Contiene un emulsificante no permitido para estos productos.	192	31	30	$1.60
Nesquik Nestlé / Leche descremada (sin grasa)	Chocolate 473 ml	Canadá	Contiene almidón modificado no permitido para este producto Tiene 2.6% menos proteína de la declarada. La declaración de ingredientes es incorrecta en cuanto a los contenidos de vitamina A y D.	330	2	37	$3.10
Slammers Neolac / Leche semidescremada	Chocolate	México 236 ml	No declara los contenidos de grasa y/o proteína en g/l o %.	174	15	36	$1.80
Tikito Sello Rojo / Leche parcialmente descremada	Fresa, vainilla y chocolate / 250 ml	México	Completa	217	22	31	$1.20

Ficha técnica

Periodo del estudio: 4 de enero a 7 de febrero de 2006
Periodo de muestreo: 4 a 21 de enero de 2006
Marcas analizadas: 12
Pruebas realizadas: 2,000

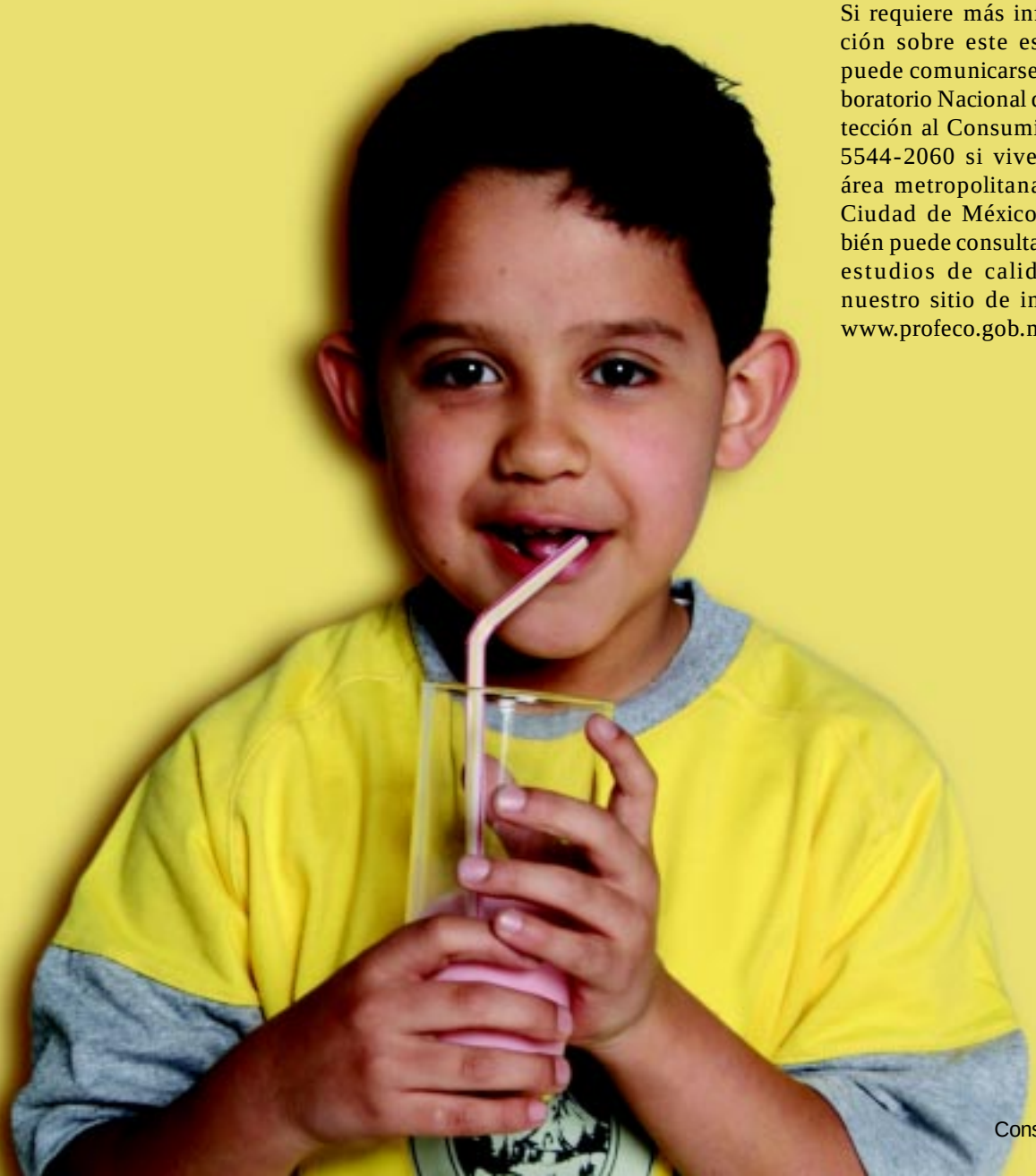
Normatividad

NOM-184-SSA1-2002. Productos y servicios. Leche, fórmula láctea y producto lácteo combinado. Especificaciones sanitarias.
NOM-155-SCFI-2003. Leche, fórmula láctea y producto lácteo combinado. Denominaciones, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba.
NOM-002-SCFI-1993. Contenido neto. Tolerancias y métodos de verificación.
Reglamento de control sanitario de productos y servicios.

Conclusiones y recomendaciones

- Las leches enteras marca Great Value, sabores fresa y vainilla, presentaron un emulsificante no permitido para estos productos.
- La marca Nesquik Nestlé sabor chocolate contiene 2.6% menos proteína que la declarada y contiene almidón modificado, lo que no está permitido para estos productos.
- Las leches saborizadas representan una buena forma de promover el consumo de leche sobre todo entre la población infantil y adolescente. La única reserva es recordar que todas agregan azúcar, lo que incrementa su contenido calórico.
- Si usted busca reducir su consumo de grasa, prefiera los productos que se declaran como leche parcialmente descremada, semidescremada o descremada.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2060 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx



Sopas “de vasito”

Foto José Rodríguez

Los cambios de hábitos alimenticios de los mexicanos ya metieron en severos aprietos a las instituciones públicas de salud. Por supuesto, el consumo de sopas instantáneas no es el único culpable, pero sí forma parte (y quizá sea una de las más reveladoras) de esta transformación cultural alimentaria.

Por José Armando Aguilar

Hace ya algunas décadas el problema no parecía tan grave: en 1977 se estimaba que uno de cada seis mexicanos tenía una marcada tendencia a la obesidad. Hoy en día, la obesidad en México es considerada un serio problema de salud pública, pues 52% de la población la padece, según lo que dio a conocer la Secretaría de Salud hace algunos años. Es decir, casi sin darnos cuenta, hoy por hoy vivimos en un país de "gorditos".

Adiós al frijol y al maíz

Pues sí, los mexicanos dejamos de ser frijoleros y, aún más, desdeñamos con mayor frecuencia el maíz, nuestro alimento ancestral. De acuerdo con datos proporcionados por el doctor Felipe Torres Torres, investigador del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, a lo largo de la última década el consumo personal anual de frijol disminuyó de 12 a 8 kilogramos, lo que representa cerca del 33% menos (sin embargo, cifras del Consejo Mexicano del Frijol estimaban en el 2004 un descenso del 50%), mientras que el de maíz pasó de 130 a menos de 90 kilos, algo así como el 30%.

Fue precisamente hace poco más de un década que llegó a México la marca Maruchan, esa nueva botana a la que sólo hay que agregarle agua y listo, ¡se convertía en sopa! Ese fue el inicio de una industria que nos vende a los mexicanos 514 millones de vasos al año, según información publi-

Foto José Rodríguez

cada por Grupo Reforma en 2003. ¿Coincidencia? Por supuesto, el que consumamos cada vez menos nuestros alimentos tradicionales no se debe sólo a que Maruchan o cualquier otra sopa instantánea esté en el mercado, pero sí es un reflejo de los nuevos patrones de conducta alimentaria de los mexicanos, de la colonización cultural que al parecer es inevitable y está ligada a la globalización.

¿Por qué nos hemos alejado de la sopita de fideo y los taquitos de frijoles? Causas hay muchas, pero éstas pueden ser las más importantes:

Una nueva organización social. Las familias son más pequeñas y todos sus miembros tienen que cumplir con distintas obligaciones, lo que altera su ritmo de vida y, a fin de cuentas, su alimentación. Al respecto, la doctora Gabriela Noriega, nutrióloga certificada por el Colegio Mexicano de Nutriólogos, comenta: "Es una realidad que cada vez son más las mujeres que deben conseguir un trabajo fuera de casa para aportar una entrada adicional al gasto familiar. Este es un fenómeno social que ha originado un cambio radical en los hábitos de alimentación en miles de familias mexicanas, lo que implica, desgraciadamente, el descuido de las labores domésticas en cuanto a la preparación de las comidas, afectando tanto a las mismas amas de casa, como a los demás integrantes de la familia, especialmente a los niños".

Los hijos, por su parte, cuando estudian y trabajan, se transportan de un lugar a otro durante el día y únicamente se les puede ver para decirles "buenas noches"; ¿qué comieron?, sólo ellos saben. Las comidas diarias en familia son ya un lejano recuerdo.

La universalización de los patrones de consumo. Los alimentos prefabricados y las cadenas de comida rápida (que llegaron con los procesos de apertura económica, y éstos como parte de la ya mencionada globalización) se ofre-

Los alimentos prefabricados y las cadenas de comida rápida se ofrecen como la panacea alimenticia para aquellos que, como es común en la vida moderna, no tienen tiempo de sentarse a degustar una comida completa.

Un "humeante" negocio

Foto José Rodríguez

Las sanas tradiciones alimentarias que todavía algunos mexicanos conservan (de las zonas rurales principalmente), están cambiando: las frutas y verduras ahora se sustituyen por el consumo de alimentos chatarra que tienen la "ventaja" de ser más llenadores.

Foto Archivo

Por Walter Jasso Anderson

"No hay peor sopa que la que no se hace", podrían expresar las empresas dedicadas al lucrativo negocio de las sopas "de vasito", ya que este producto se vende tan bien, que el sector de alimentos deshidratados y precocidos, en vaso y sobre, representa actualmente el 35% del valor del mercado total de pasta en el país, de acuerdo con información de la Unión Industrial de Pasta Italiana en México.

Los números "alegres" para esta industria continúan: las ventas de Nyjisa, la empresa importadora de la sopa Maruchan, se elevaron 38% tan sólo en el 2000.

La expansión del negocio ha llegado también hasta las máquinas vendedoras, esas que usualmente ofrecen productos como refrescos y jugos, cigarros, golosinas y pastelillos, entre otros. Sopamatic es el nombre de la empresa que, desde abril de 2005, vende las máquinas que permiten obtener el "kit" sopero completo, es decir, el producto caliente en su vasito de unicel –cualquier marca tiene cabida–, cuchara y salsa, todo por siete pesos.

Albert Vaquer, director general de Sopamatic, comenta en entrevista que para mediados de este año, habrá alrededor de dos mil máquinas funcionando en diversos puntos de venta a lo largo y ancho del país.

Reconoce que es un buen negocio debido a que las sopas instantáneas ya forman parte de la dieta diaria de los mexicanos, aunque en su opinión, el producto sólo es un tentempié para calmar el hambre, similar a un chocolate o unas papas en bolsa, y no debería ser considerado una comida completa.

Fuentes www.soyentrepreneur.com
• Entrevista con el empresario Albert Vaquer, director general de Sopamatic

cen como la panacea alimenticia para aquellos que, como es común en la vida moderna, no tienen tiempo de sentarse a degustar una comida completa.

Incluso las sanas tradiciones alimentarias que todavía algunos mexicanos conservan (de las zonas rurales principalmente), están cambiando: las frutas y verduras ahora se sustituyen por el consumo de alimentos chatarra que tienen la "ventaja" de ser más llenadores y que se pueden comprar, literalmente, en la tienda de la esquina. Para el investigador Felipe Torres, coordinador del libro *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*, el que se globalice la tendencia de asimilar como propio el consumo de comida rápida es sólo custión de tiempo: "Es como con la hamburguesa: en los años 40 y 50 prácticamente no existía, hasta que en los 60 empezó a internacionalizarse. Y ahora en todos los países de la ex Unión Soviética, que se resistieron, su consumo se ha generalizado en los últimos tres años".

Foto José Rodríguez

Se trata de un producto relativamente accesible y que además da cierta seguridad en términos de marca, es decir, la gente cree que estas sopas son nutritivas en función de lo que gasta.

Soperos por copiones

En el 2003, se decía que México consumía uno de cada diez vasos de sopas instantáneas que se producían en el mundo. Un año después, a decir de datos publicados en la revista *Día Siete*, los mexicanos consumíamos cuatro millones de Maruchan al día, lo que representaba 15% de la producción mundial de esta marca, que es, sin duda, la más conocida (en el sondeo que realizó Profeco, presentado en estas páginas, sobre cómo consumimos sopas instantáneas, esta marca se llevó el 92% de las preferencias).

Así, los consumidores de sopas instantáneas son un nicho de mercado nada despreciable al que se sumaron otras marcas (como Nissin y Knax), con menos ventas, pero con un crecimiento comercial nada despreciable.

Pero, ¿por qué nosotros? ¿Por qué tenemos que ser los mexicanos de los mayores consumidores de este tipo de productos en el mundo?

Un inicio de respuesta podrían ser los resultados obtenidos en nuestro sondeo. A un grupo de consumidores les preguntamos por qué les gustaban las sopas instantáneas. Cerca de la mitad contestó"porque me quitan el hambre", casi el 34% dijo que "porque son baratas" y el 28% dijo que les gustan"porque son sabrosas" (los porcentajes superan el 100% porque se permitió elegir más de una respuesta). Eso sí, ninguno de los encuestados declaró consumirlas por su valor nutricional, es decir, los fanáticos de las sopas"de vasito"son conscientes de que están comiendo alimento chatarra.

En palabras del doctor Felipe Torres hay tres razones fundamentales para entender el arraigo de las sopas instántaneas en la población méxicana:

La imitación. "Éste sin duda es el principal aspecto a considerar y que se propicia sobre todo en los jóvenes. Se trata de imitaciones del patrón internacional de la dieta, que no es otra cosa que la expresión de la comida rápida que se impone particularmente desde el mercado de Estados Unidos", comenta el investigador, y agrega:"Son cuestiones que nacen de la espontaneidad y que posteriormente se arraigan en términos de consumo".

El investigador también señala el fenómeno de la migración como uno de los detonantes al considerar que "este tipo de productos fueron asimilados por una generación de migrantes que trajeron esos alimentos a los consumidores locales. Nuestra relación con Estados Unidos es mucho más directa, y a veces adoptamos lo más perjudicial de ellos; el consumo de estos productos de alguna manera está relacionado con la cercanía geográfica".

El precio. El doctor Torres explica,"se trata de un producto relativamente accesible y que además da cierta seguridad en términos de marca, es decir, la gente cree que estas sopas son nutritivas en función de lo que gasta". Por otro lado, también es importante la eficiente distribución del producto: no es nada difícil encontrar una sopa Maruchan en los pueblos más remotos del país, como sucede con la Coca-Cola.

Las condiciones socioeconómicas. El consumo de estas sopas, comenta el investigador, es típico de un extracto social medio, fundamentalmente entre estudiantes y oficinistas que tienen que salir muy temprano de casa y necesitan cubrir ciertos vacíos de ingesta alrededor del mediodía, que es el horario en que más se consumen estos productos. "Tales personas prefieren esta comida porque resuelven una cuestión de disponibilidad de tiempo. No hay otra cosa disponible en el mercado, al menos no que asocien en términos de bienestar y salud; esto sucede porque la imagen de la marca es positiva en términos de higiene".

Esta aseveración coincide con los resultados de nuestro sondeo: casi la mitad de nuestros entrevistados prefiere la sopa instantánea a los tacos o las tortas al momento de alimentarse en la calle.Y si lo vemos por sexos, descubriremos que poco más de la mitad de los hombres prefieren los tacos, en tanto que ¡ocho de cada diez mujeres! se inclinan por las sopas, lo que nos da una idea de los conceptos de

* Continúa en la pág. 48

Foto José Rodríguez

¡Sopas!, con el unicel

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Para envasar alimentos, como las sopas instantáneas, fabricar platos y vasos desechables, empaquetar aparatos electrónicos y computadoras o como aislante térmico y acústico, entre otros, se emplea el poliestireno expandido, conocido por todos como *unicel*.

Tal parece que el unicel es muy útil, pero tiene dos grandes defectos: su **proceso** de **producción** es **muy contaminante** y es un material que no se descompone ni se integra a la naturaleza: **no** es **biodegradable**.

En la Ciudad de México se producen en promedio 12 mil toneladas de basura al día, de las cuales sólo se recicla entre el 15 y el 18%. El unicel es uno de los desechos peligrosos presentes en la basura, pues es un material que se utiliza exageradamente y no se recupera, ya que no existen muchas alternativas de aprovechamiento ni un mercado interesado en adquirirlo.

Los fabricantes sostienen que podría reciclarse, incinerándolo para generar electricidad o como fuente de calor para calefacción. Por su parte, los grupos ambientalistas se oponen a lo anterior porque durante la incineración del unicel se arrojan sustancias nocivas al aire que repercuten negativamente en la salud humana y en el ambiente.

Los consumidores tenemos la libertad de elegir productos envasados en recipientes de unicel, pero tampoco debemos perjudicar el medio ambiente con nuestros actos de consumo.

Fuente Revista del Consumidor, no. 311, enero de 2003

¿Saborizante que da hambre?

Por Walter Jasso Anderson

Quizás no sabe su nombre ni recuerde su cara, pero seguramente lo ha probado. Y es que el glutamato monosódico –también llamado E621–, se encuentra en una amplia variedad de alimentos; se trata de la sal del ácido glutámico, un aminoácido presente en todas las proteínas.

En otras palabras, el glutamato monosódico es una sustancia de origen natural que también se utiliza en la industria alimenticia y restaurantera como aditivo para potenciar el sabor de la comida salada. Sobre todo, se emplea en carnes, aves, salchichas, mariscos, botanas... y sopas instantáneas. En efecto, marcas como Maruchan, Knax y Ottogi, incluyen el glutamato monosódico en su lista de ingredientes, pero sin especificar la cantidad.

De hecho, el glutamato ya es considerado el quinto sabor de los alimentos, junto con lo dulce, salado, ácido y amargo. A la sensación que produce en el paladar se le llama *umami*, término japonés para definir su sabor, que puede describirse como medianamente picoso con un toque de carne.

Durante años se había pensado que no representaba ningún riesgo para el consumidor, y por ello, en 1987 la Organización Mundial de la Salud determinó que era innecesario establecer una "ingesta diaria numérica admisible".

Sin embargo, existe un "pero" que podría ser grave: recientes investigaciones realizadas en la Universidad Complutense de Madrid, sugieren que los alimentos que contienen glutamato monosódico despiertan un hambre ansiosa, al menos en animales experimentales (ratas), cuya voracidad se incrementó en un 40%.

De acuerdo con el estudio, el glutamato actúa sobre las neuronas de una región cerebral llamada núcleo arcuato, e impide el buen funcionamiento de los mecanismos inhibidores del apetito, por lo que podría tener que ver, de manera indirecta, con el gran incremento en el índice de obesidad de una buena parte de la población mundial.

Fuentes Mayka Sánchez, "Un aditivo que potencia el sabor... y el hambre", en *El País*, 13 de diciembre de 2005 • www.glutamato.org/media/Glutamato_Aprobaciones.asp • Etiquetas de sopas instantáneas de las marcas Maruchan, Knax y Ottogi

Todos las sopas en vasito analizadas -independientemente de su marca y sabor- son prácticamente iguales desde el punto nutricional.

* Viene de la pág. 46

higiene que cada género tiene de los productos callejeros.

Y a todo esto surge otra pregunta: ¿de verdad las sopas son mejor opción que los tacos y las tortas?

Puro sabor...izante

El problema con la pregunta anterior es que la comparación es inadecuada: hace apenas algunas semanas, un estudio del Instituto Nacional de Nutrición evidenció que ni tortas ni tacos son nutritivos, al menos no los que se venden en locales cercanos a hospitales, escuelas, empresas y terminales de autobuses y del metro.

Los resultados de la investigación, que consistió en el análisis de 15 mil tortas y casi 30 mil tacos, determinaron que estos alimentos, a pesar de que contienen verduras, no ofrecen los requerimientos necesario en cuanto a minerales, calcio, hierro, magnesio, potasio y cobre, además de que los ingredientes utilizados en su preparación son de segunda y tercera calidad.

Ante la incertidumbre de si las sopas instantáneas son una buena opción o no a la hora de comer, le pedimos al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor que las analizara (vea los resultados en la tabla anexa):

- Todos las sopas en vasito analizadas –independientemente de su marca y sabor– son prácticamente iguales desde el punto nutricional: ofrecen un aporte calórico considerable, de entre 274 y 334 kilocalorías; sus contenidos de proteínas oscilan entre 6 y 7 gramos, los de grasas de 10 a 14 gramos y los de carbohidratos entre 40 y 45 gramos.
- En cuanto a las sopas de carne de res o pollo, simplemente no se detectó carne en ninguna de las sopas que declaran esos sabores, mientras las que dicen contener camarón, presentan pequeños contenidos de este crustáceo, pero no como para contribuir de forma relevante en el sabor y en el valor nutrimental.
- En suma, los sabores declarados por las sopas Maruchan y similares son producto de saborizantes artificiales.

Para la nutrióloga Gabriela Noriega el principal problema de este tipo de sopas se centra en "la espectacular cantidad de sodio que contienen, ¡1.2 gramos!, ya que ésta cantidad representa el 50% del total del sodio recomendado para todo el día, que es de 2.4 gramos para la población adulta saludable". Y expone su conclusión al respecto: "Demasiados

* Continúa en la pág. 52

Alimento	Aporte calórico (kcal)	Proteína (g)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)
Sopa de vasito	**274 a 334**	**6 a 7**	**10 a 14**	**40 a 45**
Dos o tres tacos de frijoles refritos con chile	200 o 300	6 o 9	3 o 4.5	38 o 57
Sándwich de jamón con queso manchego	267	14	8	34
Sándwich de jamón con queso americano	253	13	6	36

Foto José Rodríguez

¿Cómo consumimos sopas "de vasito"?

A efecto de conocer la manera en que los mexicanos consumimos sopas instantáneas, decidimos hacer un sondeo entre 300 personas (150 hombres y 150 mujeres) en distintos puntos de la Ciudad de México. Buscamos a nuestros entrevistados entre las 10 de la mañana y las 2 de la tarde, hueco horario que es necesario llenar con un tentempié. Estos fueron los resultados:

1 Si estás en la calle y te da hambre, ¿qué prefieres comprar?
A los entrevistados se les dio a escoger entre comerse unos **tacos**, una **torta** o una **sopa "de vasito"**. Así, en términos generales, **48%** prefiere comer una sopa de vasito, después se fueron por los tacos (**30.6%**) y luego una torta (**19.6%**). Sin embargo, con respecto al sexo de los entrevistados, las preferencias cambian:

Entre mujeres...
- **81%** prefiere las sopas "de vasito".
- Sólo **13.1%** se comerían una torta.
- **3.6%** de plano se aguantarían el hambre.
- **2.1%** preferirían los tacos.

Hombres necios...
- **54.6%** se irían directamente a los tacos.
- **25.1%** se comerían una torta.
- **20.2%** se comerían una sopa "de vasito".

2 ¿Cuántas sopas de vasito consumes... a diario, a la semana, al mes?

Mujeres primero...
- **3.6%** consumen al menos una sopa al día.
- **49.6%** consumen en promedio tres sopas a la semana.
- **37.9%** consumen en promedio cuatro sopas al mes.

Destaca el caso de una mujer que afirmó comer ¡**10 sopas** a la **semana**!

Puros hombres...
- **3%** consumen una sopa al día.
- **28%** consumen dos sopas a la semana.
- **42.3%** consume dos sopas al mes.

Aquí también destaca un hombre que dijo comerse ¡**20** sopas a la **semana**!

3 ¿Cuál es tu marca preferida?
Indudablemente, la marca preferida es **Maruchan**, con **92%** de las preferencias, seguida muy de lejos por las marcas **Nissin** (**4.8%**) y **Knax** (**2.4%**).

4 ¿Dónde las compras?
El **35%** de nuestros entrevistados las adquiere en las tiendas de la esquina, y el otro **35%** en cooperativas o cafeterías de la escuela. Un **15%** las compra preparadas en puestos improvisados en estaciones del metro o cerca de las oficinas, mientras otro **15%** las compra en tiendas de autoservicio y las prepara en su casa o en su trabajo.

5 ¿Por qué te gustan?
Intentamos desentrañar el encanto de las sopas "de vasito" (los porcentajes superan el **100%** porque se permitió elegir más de una respuesta):
- **42%** las consumen porque les quita el hambre.
- **33.8%** las prefieren porque son baratas.
- **28.5%**, por su sabor.
- **9.7%**, porque las encuentran en todas partes.
- **7.75**, porque están calientitas.
- Nadie mencionó consumirlas por su valor nutrimental.

6 ¿En qué momentos prefieres comerlas?
- **51%** a cualquier hora, es decir, cuando se les antoja.
- **27.3%**, entre comidas.
- **21.2%**, a la hora de la comida.

7 ¿Qué le añades?
Casi el **50%** de los entrevistados reconoce "sazonar" las sopas de vasito con limón y salsa picante. Un **28%** sólo le añade limón, y el otro **18.3%** prefiere disfrutarlas "así como va".

Foto José Rodríguez

Sopas caseras nutritivas

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Así es la vida. Para comer, muchas personas necesitamos trabajar, y por salir a trabajar no comemos en casa. Con un poco de esfuerzo y unos cuantos ingredientes usted puede preparar alguna de las siguientes sopas y llevarla a su trabajo.

Foto Archivo

Sopa de fideos con menudencias

(6 raciones)

- fideos (180 g)
- 2 cucharadas de aceite (20 ml)
- 2 tomates rojos (240 g)
- 2 zanahorias (200 g)
- 1 diente de ajo (2 g)
- 1 trozo de cebolla (30 g)
- menudencias de pollo (150 g)
- 1 rama de cilantro (5 g)
- 1 litro de caldo de pollo
- 1 cucharadita de sal (5 g)

Sopa de pasta con espinacas

(6 porciones)

- pasta enriquecida con huevo (180 g)
- 2 cucharadas de aceite (20 g)
- 2 tomates rojos (240 g)
- 1 diente de ajo (2 g)
- 1 trozo de cebolla (30 g)
- 1 manojo de espinacas (180 g)
- 1 litro de caldo de pollo
- 1 cucharadita de sal (5 g)

Sopa de pasta integral

(6 porciones)

- pasta integral (180 g)
- 2 cucharadas de aceite (20 ml)
- 2 tomates rojos (240 g)
- 1 diente de ajo (2 g)
- 1 trozo de cebolla (30 g)
- 1 litro de caldo de pollo
- 1 cucharadita de sal (5 g)

Preparación de la sopa

1. Dore la pasta en el aceite previamente caliente y retire el exceso de grasa.
2. Muela los tomates rojos con la cebolla y el ajo.
3. Vierta los tomates rojos molidos y colados sobre la sopa y mantenga a fuego medio hasta que adquiera un color más intenso y reduzca un poco.
4. Añada el caldo de pollo, la ramita de cilantro y el resto de los ingredientes (verduras, camarón, menudencias, etc.)
5. Sazone y deje hervir a fuego bajo hasta que la pasta esté cocida.

Cómo envasarla

1. Prepare la sopa y aún caliente vacíe porciones individuales en frascos de vidrio –elija el tamaño del frasco de acuerdo con la porción– y tape "al llegue" (sin apretar la tapa).
2. En una olla coloque una parrilla o una manta de cielo y encima ponga los frascos. Agregue en la olla agua tibia o caliente, cuidando que no rebase el cuello de los frascos.
3. Ponga a hervir a fuego bajo unos 20 minutos.
4. Retire los frascos y cierre perfectamente.
5. Deje enfriar a temperatura ambiente, y guarde en un lugar fresco, seco y oscuro.

La sopa se puede calentar en el horno de microondas.

Aporte nutrimental por ración	Fideo con menudencias	Pasta con espinacas	Pasta sencilla	Pasta integral
Fibra (g)	3	2	1	4
Aporte calórico (kcal)	270	157	140	150
Proteínas (g)	10	7	5	6
Hidratos de carbono (g)	27	25	24	24
Grasa (g)	5	5	4	4
Colesterol (mg)	98	0	0	0
Hierro (mg)	3	2	0.9	1.1
Sodio (mg)	350	359	326	328
Vitamina A (mcg)	920	277	179	179
Vitamina C (mg)	12	17	7	7
Niacina (mg)	0.7	2.1	0.6	1.5
Ácido fólico (mg)	15	38	12	16

Fuente Nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco

Sopa de pasta sencilla

(6 porciones)

- pasta para sopa promedio (180 g)
- 2 cucharadas de aceite (20 ml)
- 2 tomates rojos (240 g)
- 1 diente de ajo (2 g)
- 1 trozo de cebolla (30 g)
- 1 litro de caldo de pollo
- 1 cucharadita de sal (5 g)

Aporte nutrimental

En la tabla puede observar el **aporte nutrimental** de las **recetas anteriores**, tan sólo para que lo compare con el de la sopas instantáneas obtenido por el **Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor**.

Anti comercial

Juega a la comidita
Cómete una sopita

¡Sabor artificial al instante!

No respondemos por problemas de desnutrición ligados a obesidad.

El exceso de sal de las sopas corre por cuenta nuestra; la hipertensión va por cuenta tuya.

Inserción pagada por la ANAFASOP, SA (Asociación Nacional de Fabricantes de Sopas Plásticas, Sociedad muy Anónima)

Foto José Rodríguez

* Viene de la pág. 48

hidratos de carbono, grasas y, sobre todo, demasiado sodio, contenidos en tan pequeña porción de alimento. Incluso aunque algunas personas pudieran beneficiarse del contenido de hidratos de carbono, definitivamente, no es recomendable que estos productos sean consumidos por personas con sobrepeso u obesidad (sobre todo si existe hipertensión arterial). En el caso de personas con diabetes, su consumo tampoco es recomendable".

Ahora bien, para tener una idea más clara de la aportación nutrimental de las sopas de vasito, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor realizó un cuadro comparativo entre una sopa instantánea, unos tacos de frijoles y un sándwich de jamón con queso (clásico desayuno escolar), estos últimos preparados en casa (vea el recuadro de la página 50).

La tabla de resultados refleja cómo el aporte nutricional del sándwich o los tacos de frijoles supera al de las sopas "de vasito": aunque el aporte en calorías de los tres es similar, tanto el sándwich como los tacos acompañan este aporte con un contenido superior en proteínas (muy superior en el caso del sándwich), y menor en contenido de grasas (mucho menor en el caso de los tacos de frijoles).

No es recomendable que estos productos sean consumidos por personas con sobrepeso u obesidad (sobre todo si existe hipertensión arterial). En el caso de personas con diabetes, su consumo tampoco es recomendable.

La clave: educar en alimentación

A pesar de todo, señala Gabriela Noriega, las sopas instantáneas tienen cabida dentro de una alimentación sana y equilibrada, aunque todo depende de quién las consuma, en qué cantidad y qué tan seguido. Así que sería injusto echarle la culpa de todos nuestros males a las sopas o a que no tengamos tiempo: "También es una realidad que en muchos hogares, en donde la mujer desempeña al 100% su papel de ama de casa, se opta por este tipo de productos", comenta la nutrióloga.

Lo cierto es que debemos actuar ya en contra de nuestros malos hábitos alimenticios, lo que no parece del todo fácil. De acuerdo con el investigador Felipe Torres, "la única salida es la educación social alimentaria a través de organizaciones sociales y dar orientación a las familias sobre la forma de elegir el consumo alimentario. Esa es, a mi juicio, la única salida, porque hemos visto que todos los programas han sido un fracaso".

Fuentes Entrevista con Felipe Torres Torres, investigador del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM y coordinador del libro *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*, y con la doctora Gabriela Noriega, certificada por el Colegio Mexicano de Nutriólogos • *Revista del Consumidor*, número 4, febrero-marzo de 1977 • "¡Sopas!: saborean su crecimiento", en *Reforma*, 14 de abril del 2003 • "Disminuye 50% consumo de frijol", en *Reforma*, 17 de abril del 2003 • "Ni tacos ni tortas son nutritivos", *en Milenio Diario*, 27 de febrero de 2006 • Elizabeth Flores Rodríguez, "Nación Maruchan", en *Dia Siete*, año 6, núm. 261

Para los salados

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Los alimentos naturales contienen cloruro de sodio en proporciones muy inferiores a las que contienen los alimentos procesados (a los que se les agregan conservadores y condimentos elaborados a base de sal, como nitrito de sodio, benzoato de sodio o glutamato monosódico). De acuerdo con nutriólogos, la "sal oculta" es difícil de reconocer por los receptores de la lengua, y comemos demasiada sin enterarnos.

La Organización Mundial de la Salud recomienda no consumir más de 6 gramos de sal al día, sin embargo, es fácil caer en el exceso dada la amplia oferta de productos industrializados que ofrece el mercado.

Para que no se "sale", le aconsejamos:

- Reducir el consumo de productos indutrializados con exceso de sal como frituras, alimentos precocinados y enlatados, sopas de vaso, aceitunas, embutidos, etc.
- Preparar los alimentos con menos sal, y agregar hierbas aromáticas, especias, jugo de limón, ajo fresco o polvo de ajo o cebolla; al final procure sazonar sus guisos con la menor cantidad posible de sal.
- Leer las etiquetas para saber cuánto sodio contienen los productos.
- Colar los productos enlatados, y después enjuagarlos con agua para reducir el contenido de sodio.

La sal no es un veneno, pero en exceso es muy dañina, ya que provoca la retención de líquidos en el organismo, afecta a los riñones y agrava la hipertensión arterial.

Fuente www.consumer.es

Anti comercial

Juega a la comidita
Cómete una sopita

¡Sabor artificial al instante!

No respondemos por problemas de desnutrición ligados a obesidad.

El exceso de sal de las sopas corre por cuenta nuestra; la hipertensión va por cuenta tuya.

Inserción pagada por la ANAFASOP, SA (Asociación Nacional de Fabricantes de Sopas Plásticas, Sociedad muy Anónima)

Al viajar en autobús

Por José Armando Aguilar

Al tomar el **autobús** que lo llevará de regreso a casa después de un **viaje** de trabajo o a ese paradisiaco sitio donde por fin tomará unas merecidas **vacaciones**, usted tiene **derechos** que las compañías de autotransporte deben **respetar**. Sepa cuáles son para que los haga valer y su viaje marche sobre ruedas.

Foto José Rodríguez

Foto José Rodríguez

Al utilizar el servicio de autotransporte federal de pasajeros usted tiene derecho a:

- **Recibir** el servicio que **ampara** el boleto de acuerdo con la clase contratada.
- Llevar un máximo de **25 kilogramos de equipaje por cada boleto.**
- Recibir un **comprobante** que **ampare** su **equipaje.**
- **Conservar** en su poder los bultos que se puedan llevar a bordo sin que ocasionen **molestias** a los pasajeros ni pongan en **riesgo** su seguridad.
- Que al momento del viaje no se pretenda "**ajustar**" el precio de los boletos adquiridos con anterioridad.
- Que los horarios se cumplan **estrictamente**, aun cuando no haya suficiente pasaje, salvo caso fortuito o de fuerza mayor.

Foto Archivo

Tarifas

Los precios y horarios de las principales corridas y categorías deben exhibirse a la vista del consumidor con caracteres legibles. Las tarifas de los demás viajes tienen que estar disponibles al público.

Una vez efectuada la compra, el proveedor deberá entregarle un boleto que contenga su razón social, clase de servicio, origen y destino, precio del transporte, fecha de viaje y número de asiento.

Viaje seguro

Foto José Rodríguez

Toda compañía de autotransporte tiene la obligación de contar con un seguro que cubra los daños que puedan sufrir los pasajeros, el cual debe amparar gastos médicos y la indemnización por muerte en caso de accidente.

Además, debe responder por la pérdida o daños que sufra el equipaje de los pasajeros, desde que abordan hasta que descienden del vehículo, siempre y cuando éstos conserven su boleto y/o comprobante del equipaje.

Descuentos

Las compañías de autotransporte para pasajeros tienen la obligación de aplicar estos descuentos:

- **50% a los adultos mayores** (sólo dos lugares disponibles por corrida).
- Durante las temporadas vacacionales aprobadas por la Secretaría de Educación Pública, **25% y 50% de descuento a 2 maestros y 8 estudiantes** en las tarifas de las corridas regulares de primera y económicos. Estos boletos se pondrán a la venta con la misma anticipación que los boletos normales.

Sí se vale decir NO

Se podrá **prohibir** el abordaje a cualquier pasajero que se encuentre en estado de **ebriedad** o bajo la influencia de **drogas** o enervantes; o que porte explosivos, sustancias peligrosas, armas sin el permiso respectivo y, en general, cualquier otro elemento que constituya un **riesgo** para los demás viajeros.

Foto José Rodríguez

Lo que siempre quiso saber

1. ¿Aplican los descuentos para todos los servicios?

No, los descuentos para estudiantes, maestros y adultos mayores sólo aplican en servicio de primera y económico, pero no en los de lujo y ejecutivo.

2. ¿Qué debo presentar para hacer valer los descuentos?

Debe presentar cuantas veces se le requiera, una credencial vigente que lo acredite como adulto mayor, estudiante o maestro. También puede mostrar una constancia expedida por la escuela o universidad en la que estudia o labora, que contenga su nombre, fotografía y número de cuenta o matrícula, así como la razón social y sello del centro educativo.

3. Si soy maestro o estudiante y tengo vacaciones distintas a las aprobadas por la Secretaría de Educación Pública (SEP), ¿no puedo gozar de ningún descuento?

Cuando los maestros y estudiantes tengan vacaciones en fechas distintas a las establecidas por la SEP, deberán acreditarlo mediante una constancia oficial expedida por la escuela o universidad a la que pertenezcan, en la que se especifiquen los días que comprende el periodo vacacional.

4. Soy una persona con discapacidad, ¿pueden negarme el servicio o cobrarme una tarifa extra?

No, si la persona con discapacidad es autosuficiente o viaja en compañía de una persona que lo asista, de ninguna manera se le podrá negar el servicio o cobrarles de más.

Tampoco se le podrá hacer ningún cargo extra por la utilización de aparatos ortopédicos, tecnológicos, educativos o deportivos necesarios para su uso personal. Incluso, los invidentes pueden viajar con un perro guía sin tener que pagar una cuota especial.

5. ¿Qué puedo hacer si perdí el autobús o extravié el boleto?

Deberá comprar un nuevo boleto, ya que en caso de retraso o pérdida del boleto por causas imputables al pasajero, la compañía de autotransporte no es responsable.

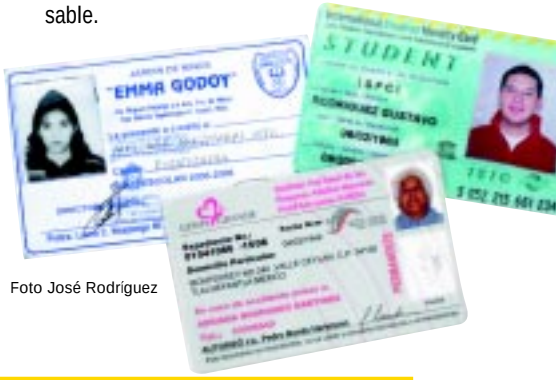


Foto José Rodríguez

Profeco lo respalda

Si tiene alguna inconformidad o sufre algún incumplimiento en la prestación de servicios de autotransporte federal de pasajeros, llame al Teléfono del Consumidor: **01-800-468-8722**, larga distancia sin costo desde cualquier parte de la República Mexicana. También puede comunicarse a la Dirección General de Tarifas, Transporte Ferroviario y Multimodal de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a los teléfonos **01 (55) 5536-8273 y 5682-0122**.

Pueblos mágicos

Un reencuentro con México

Foto Archivo

Por Luis Amador

Son rincones de nuestro país que han perdurado en el alma y la memoria colectiva de todos los mexicanos. Están presentes en canciones, películas y libros. Se han convertido en iconos de la herencia cultural de México en el extranjero y son obligados puntos de encuentro. En estas vacaciones de Semana Santa, ¿por qué no se da una escapada con la familia por uno o varios de estos maravillosos "pueblos mágicos"?

El programa Pueblos Mágicos, desarrollado por la Secretaría de Turismo en coordinación con diversas instancias públicas y gubernamentales, tiene como propósito revalorar un conjunto de poblaciones de nuestro país que siempre han estado presentes en el imaginario colectivo de la nación, y además, representan valiosas alternativas para el turismo nacional y extranjero.

Más que un rescate, se trata de un reconocimiento a quienes habitan esos encantadores lugares de la geografía mexicana, y que han sabido conservar su rica herencia cultural e histórica en el paisaje, la traza arquitectónica, las plazas y edificios, además de continuar sus costumbres y tradiciones.

Estos lugares ofrecen al visitante una oportunidad de esparcimiento al disfrutar de diversas actividades en escenarios naturales, como caminata, pesca, ciclismo, paseos a caballo, campismo y deportes extremos, o incluso, la oportunidad de conocer y disfrutar la vida cotidiana de estos pueblos en todos sus aspectos.

Hasta el momento, se han integrado a este programa 24 poblaciones de nuestro país. Enseguida presentamos algunos de estos lugares.

Foto cortesía Sectur

Bernal, Querétaro

Este pueblo mágico (también concido como Bernal) se encuentra al pie de la Peña de Bernal, un gigantesco monolito de 350 metros de altura, considerado la puerta de la Sierra Gorda de Querétaro, un agreste territorio que fue evangelizado bien entrado el siglo XVIII por fray Junípero Serra.

Villa de Bernal fue fundada en 1647 por Alonso Cabrera, jefe de un destacamento de soldados vascos, decidido a detener los ataques de los aguerridos chichimecas. Para ello construyó en un punto estratégico las Casas Reales, una construcción en forma de fortaleza cuyas ruinas aún pueden apreciarse a la entrada del pueblo. De principios del siglo XVIII data la parroquia de San Sebastián, patrono del pueblo, y otras iglesias, entre las que destaca la capilla de las Ánimas.

El visitante puede disfrutar de un paisaje sin igual al caminar por las estrechas y tortuosas calles del pueblo, además de deleitarse con la amable conversación de sus habitantes, quienes aseguran que vivir junto al gran monolito les permite alcanzar una vida larga y plena.

Por si fuera poco, en Villa de Bernal se come muy rico, además de las gorditas de maíz rellenas de habas, frijoles y chicharrón, se preparan natillas y dulces de membrillo y guayaba. Cuenta con tiendas de artesanías y un pequeño museo de máscaras. Por supuesto, el atractivo principal del pueblo es subir a la peña, aunque no hasta la cima, por tan escarpada.

Cómo llegar. Bernal se localiza a 59 km de Querétaro, Qro. Tome la autopìsta México-Querétaro y en el km 17 siga la desviación a Cadereytaa, y de ahí derecho a Bernal.

Álamos, Sonora

Foto Ediciones Nueva Guía

Durante el siglo XVII, esta ciudad colonial llegó a ser un emporio minero y aún conserva su traza original y gran parte de sus mansiones. Destaca el encanto de sus balcones y rejas estilo andaluz rodeados de exuberantes bugambilias de color magenta, rojo y naranja.

La plaza de armas está protegida por esbeltas palmeras que rodean el kiosco estilo morisco, que fue fundido en Mazatlán, para ser instalado ahí en 1904. Frente a la plaza se encuentra la iglesia de Nuestra Señora de la Concepción que reemplazó la misión de los jesuitas, destruida en una revuelta el 1772. No puede pasar inadvertido el imponente Palacio Municipal construido de ladrillo y piedra.

El visitante puede caminar por las calles empedradas y admirar las antiguas casonas. Es célebre la hospitalidad de los pobladores, al grado que los vecinos abren las puertas de sus casas para que los visitantes conozcan la distribución interior y el decorado, que en la mayoría de las casas incluye muebles de la época.

Además de disfrutar la ciudad, los visitantes pueden realizar diferentes actividades como hacer caminata, andar a caballo y practicar la pesca. También se puede asistir a veladas culturales organizadas por artistas de la ciudad.

Cómo llegar. Esta población se encuentra 120 km al sureste de Ciudad Obregón. De ahí, tome la autopista 15 hacia Navojoa y continúe por la carretera estatal 13 que lo llevará directamente a Álamos.

Foto Archivo

Foto archivo

Pátzcuaro, Michoacán

El poblado de Pátzcuaro es uno de los más hermosos rincones de nuestro país. Además de Pueblo Mágico, ha sido nombrado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Este pueblo fue de gran importancia a principios de la Colonia, en el siglo XVI, gracias a la presencia de Vasco de Quiroga, quien además de evangelizar a los aguerridos tarascos, enseñó a cada pueblo un oficio, entre los que sobresalen el manejo de cobre y la construcción de muebles.

Al igual que otros pueblos tradicionales, Pátzcuaro cuenta con grandes casas de teja y calles empedradas. Dos lugares de interés para los visitantes son el Museo de las Artesanías de Pátzcuaro y la Plaza Vasco de Quiroga, en donde pueden adquirirse interesantes piezas artesanales con un sello muy particular.

Otro de los grandes atractivos es el lago de Pátzcuaro, que permanece en la memoria colectiva de los mexicanos como uno de los escenarios preferidos del Cine de Oro de nuestro país. Así, por mencionar sólo una, está la película Redes, de 1934, dirigida por Fred Zinnemman y Emilio Gómez Muriel, en donde aparece la Doña, María Félix. En aquel entonces, la isla de Janitzio no contaba con luz eléctrica, lo que dificultó sobremanera la filmación.

En la isla de Janitzio existen varios lugares para comer y conversar con la gente del lugar. Lo más sobresaliente del islote es la estatua monumental de José María Morelos y Pavón, a la cual se puede subir y desde ahí apreciar una magnífica vista del lago.

Cómo llegar. Se encuentra a 56 km al suroeste de la ciudad de Morelia, siguiendo por la carretera 43.

Foto Pedro O. Castellanos

Cuetzalan, Puebla

Foto Jorge Gonzalez

Cuetzalan, pueblo enclavado en la Sierra Norte de Puebla, es un importante centro de reunión de pueblos y etnias de los alrededores en los primeros días de octubre. Rodeado de montañas de espesa vegetación, cafetales y bancos de niebla, esta localidad de calles empedradas que suben y bajan al capricho del terreno, se convierte por estas fechas en un mosaico de color durante la fiesta de San Francisco, en la cual se celebra la Feria del Huipil y se dan cita diferentes danzas, como las de los voladores, la de los quetzales y la de los negritos.

En la Fiesta del Huipil se elige a una reina entre las jóvenes nahuas del municipio de mismo nombre. Entre otros, los requisitos de este certamen son que las aspirantes indígenas tengan entre 14 y 20 años de edad, sepan hablar náhuatl y español, además de ser capaces de tejer su huipil en el telar de cintura de origen prehispánico.

En el centro del pueblo se encuentra la parroquia de San Francisco, de estilo renacentista, que data de 1902 y se edificó sobre un antiguo templo del siglo XVIII. A un lado se encuentra el palacio municipal y el kiosco rodeado de altas palmeras. No lejos de ahí se encuentra el Santuario de Guadalupe, de estilo gótico, cuya torre está decorada con jarros de barro.

A 6 kilómetros de Cuetzalan, por un camino de terracería, se encuentra la zona arqueológica de Yohualinchan, "la casa de la noche", con edificios muy semejantes a los del vecino Tajín, Veracruz. Pueden visitarse también algunas cascadas.

Otra de las grandes atracciones de este pueblo durante todo el año, son los días de tianguis, que reúne a cientos de agricultores y artesanos de los alrededores.

Cómo llegar. Cuetzalan se localiza a 180 km al noreste de la ciudad de Puebla. Tome la carretera Puebla-Teziutlan y salga a Zaragoza, de ahí tome el camino que lo llevará hasta Cuetzalan, pasando por Zacapoaxtla.

Tepozotlán, Edo. de Méx.

Foto Jorge González

Este pueblo es famoso por el ex convento de novicios de los jesuitas, fundado en 1586, y cuya iglesia de estilo churrigueresco, dedicada a San Francisco Javier, constituye una de las joyas del arte colonial, pues además de su portada de cantera blanca rica en motivos religiosos y artísticos, en el interior sobresalen los ornamentos de oro del altar principal.

Ahí, en un edificio del siglo XVII, está instalado el Museo Nacional del Virreinato, en donde se exponen obras maestras del arte novohispano de los siglos XVI, XVII y XVIII, que incluye un sinnúmero de pinturas, tallas de madera, marfiles, lacas, piezas de orfebrería y cerámica, ornamentos religiosos, e incluso armas y armaduras de la época.

Por otro lado, el visitante puede disfrutar de un agradable paseo por los patios del ex convento, como el de los aljibes y el de los Naranjos. Digno de señalar es la cava y la antigua cocina del convento, además de la extensa huerta, que en conjunto ofrecen una imagen de la vida monástica durante la Colonia.

Alrededor de este convento se extiende una gran plaza y algunos edificios que aún conservan su sabor colonial, subrayado por calles empedradas y casas pintadas de vivos colores. Además de la gran variedad de platillos que ofrecen al visitante algunos restaurantes, el centro de Tepozotlán cuenta con un mercado de artesanías y un tianguis.

En el mes de diciembre se realizan pastorelas en el ex convento, y los domingos, artistas del lugar instalan un mercado del arte en donde exponen y venden sus obras.

Cómo llegar: Tepozotlán está a 41 km al norte de la Ciudad de México, siguiendo la autopista México-Querétaro, antes de la caseta de cobro.

Huasca de Ocampo, Hidalgo

Foto http://pluto2000.com/prismasbasalticos

Foto http://pluto2000.com/prismasbasalticos

Foto Ediciones Nueva Guía

En lengua náhuatl, Huasca significa "lugar de regocijo y alegría". Es un típico pueblo minero situado en medio de espesos bosques que hacen honor a su nombre, ya que pasear por sus calles empedradas, admirar sus grandes casonas cubiertas de tejas y saborear su comida típica es un deleite para los visitantes, quienes buscan un remanso de paz y belleza junto a un ambiente natural.

Cerca de ahí se encuentran las haciendas de San Miguel y Santa María Regla, fundadas en el siglo XVIII por Pedro Romero de Terreros, el Primer Conde de Regla, para el beneficio de la plata. Destacan de estas construcciones el casco y las arquerías, además de los hornos en los cuales se extraía el preciado metal. No se puede dejar de mencionar una bella capilla de estilo barroco sobrio, cuya fachada se atribuye a Antonio Rivas Mercado, constructor de la Columna de la Independencia, en la Ciudad de México.

Además de las presas de la Cruz y San Antonio, el visitante no puede perderse los Prismas Basálticos, extrañas columnas geométricas de 30 metros de altura, ubicadas al pie de una barranca y bañadas por cascadas. Por otro lado, las formaciones rocosas que se encuentran alrededor del pueblo son todo un reto para aquellas personas que gustan del montañismo, además de que se puede practicar la pesca de trucha en las granjas cercanas.

En Huasca pueden adquirirse artesanías de barro, madera y obsidiana, además de diversas prendas confeccionadas en lana.

Cómo llegar: Se localiza a 38 km al noreste de la ciudad de Pachuca, siguiendo la carretera federal 105, y en el kilómetro 23, se toma la desviación a la derecha hacia este poblado.

Foto Jorge González

Malinalco, Edo. de Méx.

Enclavado en un pequeño valle rodeado de montañas y ríos, con un clima semitropical y tierra muy fértil pródiga en toda clase de frutos, se encuentra Malinalco, "lugar de la flor del zacate".

Su plaza central es un agasajo para los sentidos. Ahí, el visitante puede encontrar lo típico de la región, como artesanías de barro, tejidos, artículos de cuero, piedras y madera talladas y estupendos licores de frutas. También puede recorrer sus calles empedradas, delineadas por casas de adobe y casonas coloniales pintadas de vivos colores y techos de teja, envueltas del misticismo prehispánico y la riqueza colonial.

Frente a la plaza se localiza el ex convento agustino, considerada una joya arquitectónica del siglo XVI. Ahí se pueden admirar la capilla y el claustro, así como los pasillos en los que aún se aprecian los restos de bellos frescos pintados por hábiles artistas indígenas bajo la dirección de los frailes.

No puede dejar de visitar el centro ceremonial de Malinalco, construido por el emperador Ahuizotl hacia 1501. En este lugar se iniciaba a célebres guerreros águila y tigre. La estructura monolítica, es decir, tallada en una sola piedra, es uno de los cuatro templos únicos en el mundo que poseen esta cualidad. En su interior, al cual se llega por una entrada en forma de boca de serpiente, se observan tres águilas y un ocelote esculpidos. Para llegar a este sitio debe subir por el Cerro de los Ídolos, a través de una escalinata con más de 400 escalones.

Destaca la gastronomía del lugar, como el pan tradicional cocido en hornos de barro con madera de encino y ocote, las nieves y el pulque. En los alrededores boscosos se alquilan cabañas y puede disfrutarse de la pesca de truchas.

Cómo llegar. Por la autopista México-Toluca, a la altura de La Marquesa, siga la desviación a Chalma. Malinalco está pasando este poblado, a 124 km del centro del D.F. y a 69 km de Toluca.

Real del Monte, Hidalgo

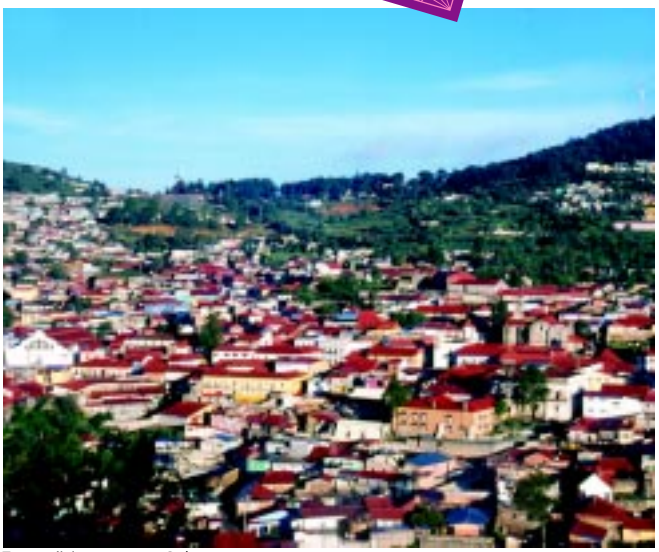


Foto Ediciones Nueva Guía

Uno de los pueblos productores de plata más importante desde la época colonial hasta el siglo pasado fue Real del Monte. La riqueza de sus vetas era tan inmensa que se cuenta que Pedro Romero de Terreros, primer Conde de Regla, invitó al rey de España, con la promesa de adoquinar con lingotes de plata el camino de Veracruz a Real, para que su carruaje no tocara la tierra.

Foto Archivo

Sin embargo, esta bonanza se agotó hacia 1810, debido en parte a la guerra de Independencia, por lo que el tercer Conde de Regla se asoció con algunas empresas inglesas, cuyos socios trajeron a México, además de los deliciosos pastes, su deporte favorito, el futbol soccer.

Real del Monte, situada a 2,750 metros sobre el nivel del mar, es la población más alta de la República Mexicana. Los visitantes pueden caminar por sus empinadas calles adoquinadas y disfrutar la vista de las casas estilo inglés, de techos rojos de dos aguas.

A 16 km de ahí se encuentra el paraje Piedras Cargadas, un lugar en donde hay enormes basaltos de formas caprichosas, distribuidos en un espacio de 3 hectáreas, en cuyos alrededores se puede caminar, practicar campismo y escalada en roca.

El visitante no puede irse sin probar los pastes, la herencia gastronómica de los mineros ingleses, que en algunos hogares aún se cocinan en hornos de tabique rojo.

Cómo llegar: se encuentra a 12 km al noreste de la ciudad de Pachuca, por la carretera federal 105.

Foto Ediciones Nueva Guía

Izamal, Yucatán

En Izamal se encuentra uno de los conjuntos conventuales más notables del siglo XVI, que fue erigido por los franciscanos hacia 1549 sobre una extensa plataforma maya que, a su vez, sostenía un gran adoratorio prehispánico denominado Papholcac, y cuyos materiales sirvieron a los conquistadores para levantar el templo.

Este conjunto arquitectónico trae a la imaginación una fortaleza medieval, por sus muros almenados y sus grandes contrafuertes, y no es para menos, pues esta obra la inició el célebre y controvertido obispo fray Diego de Landa, el mismo que ordenó incinerar los valiosos códices mayas.

Esta plataforma supera la altura de los techos del resto de la población, por lo que desde ahí se tiene una magnífica panorámica del lugar, sólo interrumpida por la cercana pirámide de Izamal o Itzamná, el dios creador de los antiguos mayas. Al comenzar el siglo XVII, dicho templo se convirtió en el actual conjunto de conventos de Nuestra Señora de Izamal.

Izamal también recibe el nombre de "ciudad de los cerros" por estar rodeado de numerosas plataformas prehispánicas cubiertas por vegetación. Muy cerca está el cenote X'colac, en el cual los mayas acostumbraban comer tortugas.

En los alrededores se puede visitar el convento de San Juan Bautista en Motul, construido por los franciscanos en el siglo XVI, y el convento de San Miguel Arcángel, en Temax.

Cómo llegar: Se localiza a 68 km al oeste de Mérida, por la salida a Cancún (carretera 180). En Kantunil tome la desiación hacia Izamal.

Comala, Colima

Foto http://users2.ihost.biz/svslainte/images/ColinaToZtown/comala_church.jpg

Por extraño que parezca, este pueblo no tiene nada que ver con el pueblo imaginario del mismo nombre creado por Juan Rulfo en su gran novela *Pedro Páramo*. Comala ofrece al visitante todos los encantos y vitalidad de un pueblo de tierra caliente, con calles empedradas, muros encalados y rojos techos de teja, salpicados aquí y allá por almendros y palmeras, árboles de hule y frondosas primaveras.

Destaca en el centro del pueblo la plaza con su bello kiosco y la parroquia de San Miguel, además de la elegante arcada del palacio municipal, con sus columnas de piedra y sus arcos de media luna, lugar idóneo para refrescarse y descansar de una larga caminata a lo largo del pueblo.

Cerca de ahí se encuentra la ex Hacienda de Nogueras, dedicada alguna vez a la explotación de caña de azúcar y ahora convertida en museo, en cuyo acervo destaca una importante colección de cerámica prehispánica. Además, el visitante puede programar excursiones a las lagunas cercanas.

Foto Ediciones Nueva Guía

Comala también es un punto de encuentro de los amantes del montañismo para dirigirse tanto al Nevado de Colima como al Volcán de Fuego.

Cómo llegar: Comala se encuentra a 30 minutos al norte de la ciudad de Colima, la capital del estado.

Tepoztlán, Morelos

Foto Jorge González

El pueblo de Tepoztlán se encuentra en el extremo de un pequeño valle rodeado de altas montañas y peñascos de formas caprichosas, que le confieren al paisaje un aspecto muy especial. Entre estas formaciones se encuentra el famoso Tepozteco, una inmensa roca monolítica que se eleva 400 m sobre el nivel del pueblo y en cuya cima se encuentra una pequeña pirámide que es visitada, todos los fines de semana, por miles de personas.

El pueblo está dividido en ocho barrios que conservan, en gran medida, el orden que los habitantes prehispánicos le dieron a la comunidad, y llevan el nombre de sus santos patrones, como Santo Domingo, San Sebastián, La Santa Cruz, San Miguel, San Pedro, Los Reyes y La Santísma. Debido al fervor de los habitantes de estos barrios, es fama que Tepoztlán sea un pueblo muy fiestero, en el que a cada capilla le llega su fiestecita.

Entre las fechas más importantes destaca el 8 de septiembre, en la cual se celebra la Natividad y se le rinde culto al dios Tepozteco. Desde el atardecer, los pobladores acostumbran subir a la pirámide de la montaña alumbrados por antorchas; además llevan consigo atole y tamales, para pasar la noche en la cima. Durante esta celebración se hace sonar un teponaxtle, es decir, un tambor excavado en una pieza de madera y que constituye uno de los tesoros históricos más preciados del pueblo. Al día siguiente, en la plaza principal, se construye una pirámide de madera en la cual se representa el drama de este dios precolombino.

Destaca el magnífico convento dominico de estilo plateresco, construido en el siglo XVIII, y el tianguis semanal que reúne a cientos de artesanos, comerciantes y agricultores de muchas regiones de nuestro país.

Otro de los atractivos de Tepoztlán es su excelente comida, que puede encontrarse en los puestos del mercado, fondas y restaurantes de categoría internacional. Por otro lado, el visitante puede realizar, acompañados de guías del pueblo, largas caminatas a lo largo de sinuosas veredas que lo pondrán en contacto con la naturaleza.

Cómo llegar. A 90 km de la Ciudad de México por la autopista México-Cuernavaca en la desviación Tepoztlán-Oaxtepec (se encuentra a 18 km al noreste de Cuernavaca, Morelos).

Foto Javo

Foto Ediciones Nueva Guía

Los otros pueblos mágicos...

Cosalá, Sinaloa
Dolores Hidalgo, Guanajuato
Mazamitla, Jalisco
Mexcaltitlán, Nayarit
Parras de la Fuente, Coahuila
Real de Catorce, San Luis Potosí
San Cristóbal de las Casas, Chiapas
San Miguel de Allende, Guanajuato
Tapalpa, Jalisco
Taxco, Guerrero
Tlalpujahua, Michoacán
Valle de Bravo, México

Foto Ediciones Nueva Guía

Tequila, Jalisco

Foto José Rodríguez

Foto Ediciones Nueva Guía

Rodeada por una marea azul formada por extensos cultivos de agave tequilero, se encuentra esta interesante población de origen prehispánico, conocida como la "Capital Mundial del Tequila". En ella puede encontrarse gran variedad de marcas y presentaciones de esta popular bebida, además de que cuenta con varias haciendas tequileras, como la de San José del Refugio, en las cuales el visitante puede conocer la forma tradicional de elaboración: desde el arduo trabajo de los jimadores hasta el proceso de destilación.

Puede visitarse el templo de La Purísima y el templo parroquial que data del siglo XVIII, cuya construcción estuvo a cargo del alarife Martín Casillas. También es imprescindible conocer la Quinta Sauza, construida entre 1830 y 1836, y que cuenta con un gran jardín adornado con fuentes de cantera, además de la fábrica La Perseverancia, que data de 1873.

Se recomienda visitar este pueblo durante la Feria del Tequila, que se celebra del 29 de noviembre al 13 de diciembre, en la cual el visitante puede disfrutar de la comida típica y la compra de artesanías, además de que se organizan charreadas y peleas de gallos.

En este municipio se localiza el volcán inactivo de Tequila, de 3,000 metros de altura sobre el nivel del mar, en cuyos alrededores se encuentra una espesa vegetación compuesta de pinos, robles, madroños y encinos, además se cultivan árboles frutales como limón, ciruelo y aguacate. El lugar está habitado por diversas especies animales, entre las que sobresalen venados, coyotes, zorras, armadillos y mapaches.

Cómo llegar. Tequila se encuentra a 60 kilómetros al noroeste de Guadalajara, siguiendo la autopista hacia Tepic.

Foto Archivo

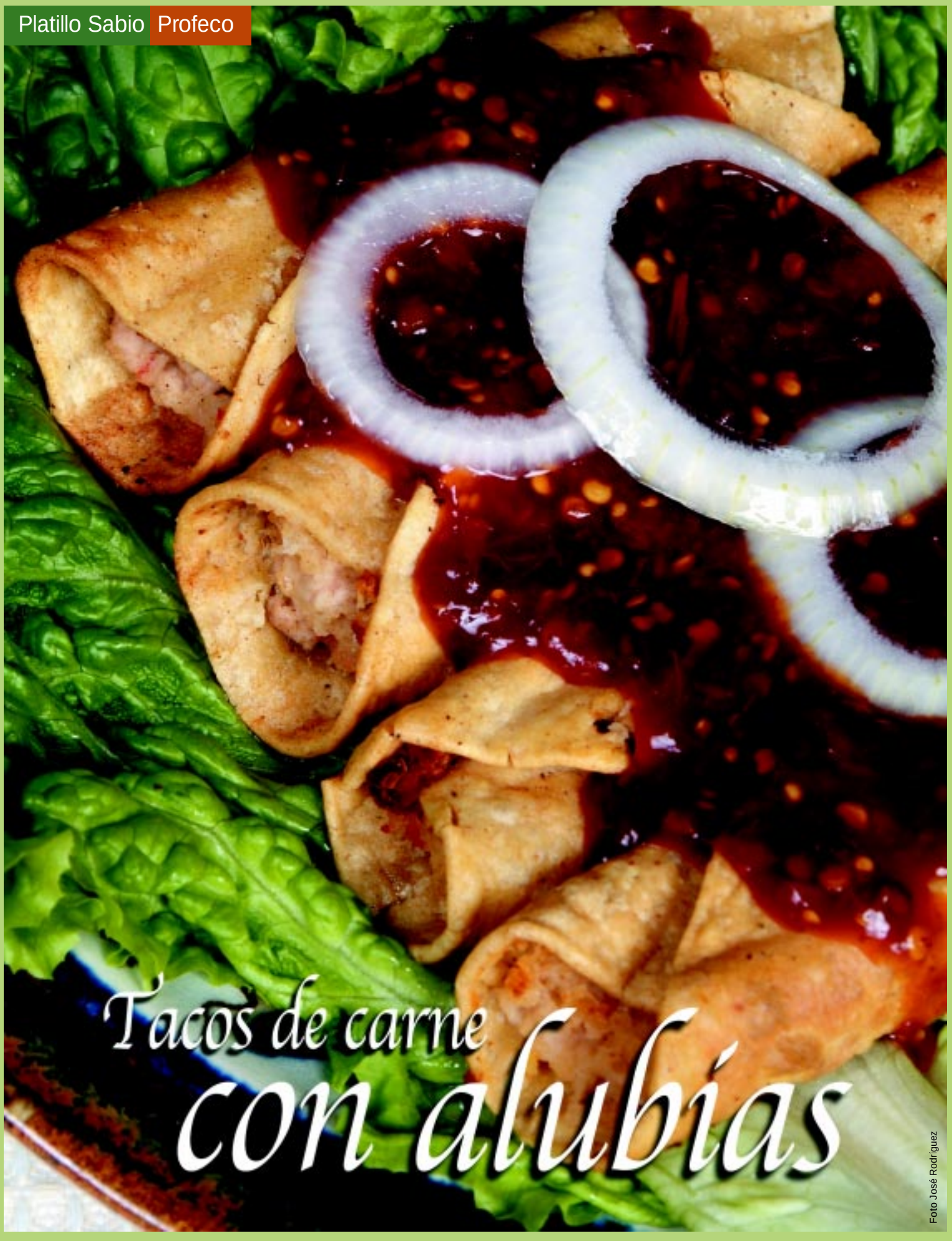
Foto Archivo

Para mayor información

En los estados de Guanajuato, Michoacán, Puebla, Querétaro y San Luis Potosí, comunicarse al teléfono (55) 3002-6300, ext. 2451. E-mail: hhermosillo@sectur.gob.mx
En los estados de Chiapas, Coahuila, Sonora y Yucatán, comunicarse al teléfono (55) 3002-6300 Ext. 2443. E-mail: acontreras@sectur.gob.mx
En los estados de Colima, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Morelos, Nayarit y Sinaloa, comunicarse al teléfono (55) 3002-6300 Ext. 2454. E-mail: mmolina@sectur.gob.mx

Fuentes www.sectur.gob.mx • www.mexicodesconocido.com.mx

Platillo Sabio Profeco



Ojos que no ven... consumidor que no ahorra

TV Revista del Consumidor

El programa que nos enseña a consumir de manera inteligente

Todos los domingos a las 9:00 am por el Canal del Congreso

Busque todos nuestros horarios* en la cartelera que publica RTC en los princiales diarios.

Para estar siempre bien informado...
¡sintonice nuestro programa!

* Los horarios pueden variar sin previo aviso.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Usted llegará con la cajera del supermercado, pasará por un arco que registra el precio de todos los productos sin sacarlos del carrito y en cuestión de segundos sabrá a cuánto asciende la cuenta a pagar. Se terminará también con la falsificación y desaparecerán las filas en las cajas. Estas son algunas de las promesas del código electrónico de producto.

Hace 20 años el código de barras sustituyó al sistema de etiquetado: anteriormente las tiendas llevaban el control de sus productos en libros, en donde se anotaba la mercancía que llegaba o salía de la tienda. Sin embargo, este proceso era muy lento por la falta de automatización de los sistemas de control y la gran cantidad de cifras que se tenían que registrar a mano.

El código de barras simplificó en gran medida no sólo el proceso de venta de los productos sino su rastreo, sobre todo en los supermercados. Aunque se trató de una adopción lenta, a lo lar-

Ilustración Víctor Gutiérrez

Código electrónico de producto

¿Adiós a las filas del súper?

Por Mayra Daniel

go de los años nos acostumbramos a ver, comprender y utilizar esas barras y números como algo cotidiano: un sistema que permite asignarle un número de registro a los diferentes productos, que puede leerse gracias a un rayo láser y un escáner asociado a una base de datos en cada tienda.

Pero los tiempos y los relaciones de consumo cambian, por lo que ahora nace una nueva forma de controlar los productos: el código electrónico de producto (EPC por sus siglas en inglés) que, de acuerdo con Omar Pelcastre, gerente del proyecto EPC de la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico (AMECE), representará la evolución natural del código de barras.

Del avión a su carrito

El EPC consiste en un pequeño chip localizador, presente en cada uno de los productos, que puede ser identificado por ondas de radiofrecuencia (iguales a las que utilizan los radares de los aviones). La radiofrecuencia emitida por el código electrónico podrá ser reconocida a través de un lector con una pequeña antena y, como cada radiofrecuencia es única, se le podrá asignar un número en una base de datos.

Gracias al chip, cada lata de refresco, cajetilla de cigarros, estuche de maquillaje, pasta de dientes, etcétera, conta-

Foto Archivo

rá con un número de folio único e irrepetible, mismo que contendrá todas las características de la mercancía que podrían interesarle a la tienda o al cliente, ya que el chip tiene la posibilidad de almacenar 96 bites de información: desde la fecha de producción, hasta la temperatura idónea para el producto, así como otros datos.

El EPC surgió como iniciativa de algunas de las más grandes empresas del mundo que a principios de los 90 reunieron sus capitales y le encargaron al Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) que elaborara una nueva tecnología para mejorar el control de los productos, ya que éstos en ocasiones viajaban a lugares muy apartados del sitio original de producción. En respuesta, los expertos del MIT crearon chips identificadores que permiten localizar el sitio exacto en donde se encuentra la mercancía en un almacén, para llevar un control preciso del inventario de cada bodega o tienda.

Rápida localización

Las empresas serán las primeras que se verán beneficiadas con esta innovación, lo que no excluye al pequeño productor o a los grandes almacenistas, quienes gozarán de una mejor forma de organizar sus mercancías.

Hoy en día una mercancía pasa por muchos lugares antes de llegar a manos del consumidor (muchas veces los fabricantes no saben hasta dónde llegarán), por lo que si, por ejemplo, es necesario retirar un lote de un producto dañado, es muy difícil localizarlo. A través del código electrónico esta incertidumbre desaparecerá, porque el rastreo de los productos dañados será exacto.

En el caso de los distribuidores, éstos siempre tendrán la certeza de que los productos que desean comercializar son legítimos, gracias a que, antes de comprarlos, el EPC brindará toda la información necesaria. Lo mismo ocurrirá con la ropa, discos y todos los productos que actualmente son pirateados en grandes cantidades.

Otro beneficio del EPC, éste para los vendedores finales, es que reducirá al mínimo el robo hormiga (que representa pérdidas de 14 millones de pesos al día en las 150 grandes cadenas comerciales afiliadas a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, ANTAD). Con el EPC la localización de los productos será tan precisa que imposibilitará que alguien robe una mercancía de algún establecimiento sin que los empleados se percaten de ello: la entrada y salida de las tiendas contarán con detectores que alertarán de algún modo a los encargados de seguridad. Así, por mucho que un ladrón se esconda algún producto entre la ropa, tendrá que pagarlo si pasa

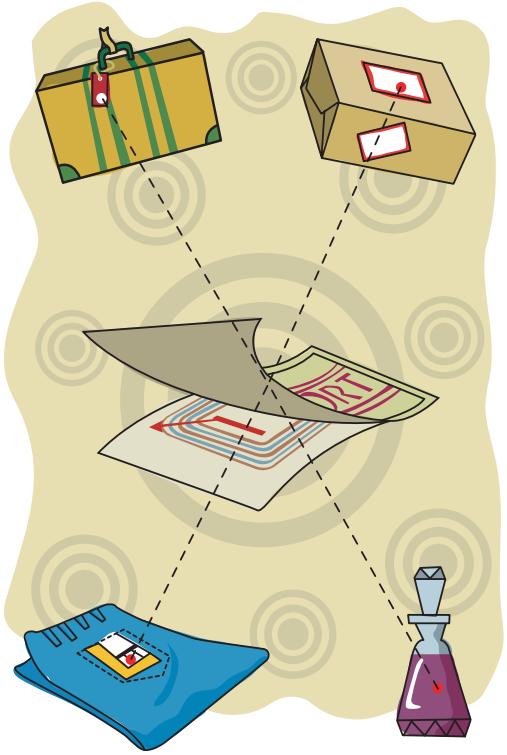


Ilustración Víctor Gutiérrez

Las ventajas del EPC

En resumen, éstas son algunas de las ventajas que el EPC ofrecerá a los consumidores:

Estanterías abiertas

La utilización del EPC se llevará a cabo primero en las mercancías más caras, pues son las que necesitan más control: vinos y licores, cosméticos, medicamentos controlados, entre otros. Así, se pondrán en estanterías abiertas y ya no será necesario buscar a un encargado para sacarlos de las vitrinas.

Anaqueles siempre llenos. El EPC permitirá detectar la falta de un producto desde que el consumidor lo saque de la tienda, esto garantiza que nunca faltará el producto de su preferencia: la tienda podrá abastecerlo nuevamente cuando sea necesario.

Desaparecerán las filas. Nunca más su vecino de compras tendrá que enterarse de lo que usted adquirió: sin importar la cantidad de mercancía que cada persona lleve, la cuenta se realizará en segundos.

por el área de cajas, o será detenido si intenta salir por otro lado.

Para Omar Pelcastre, al disminuir las pérdidas de las empresas se crean también otros beneficios para el comprador: “Las empresas van a ser más eficientes. Eso no significa que van a bajar los precios, pero sí asegura que se van a mantener las políticas de precios bajos”.

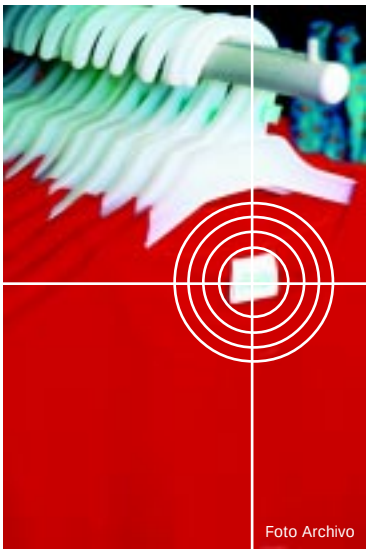


Foto Archivo

¿El supermercado del futuro?

Al llegar al supermercado, el consumidor encontrará en pasillos y vitrinas (abiertas, no cerradas como ahora) todos los productos: desde los más caros perfumes hasta las cajas de chicles. Una vez que termine sus compras podrá pasar a la zona de cajas: unos segundos después de dar un paso a través de un arco detector con su carrito, la encargada le cobrará su cuenta total sin más trámite, ni más tiempo desperdiciado. Así de fácil.

Sin embargo, el EPC enfrenta ciertas controversias relacionadas con el chip localizador y la posibilidad de rastreo que éste implica: hay quien especula que al comprar unos tenis, por ejemplo, las empresas podrán rastrear en todo momento al consumidor, debido al chip que lleva la prenda (aunque se espera que la mayoría de los productos tengan el EPC en las etiquetas, a la vista, algunos fabricantes buscarán integrar los códigos a los productos, en lugares no visibles, para dificultar aún más la labor de los falsificadores).

Pelcastre afirma que no hay nada que temer al respecto, debido a que en cuanto los productos lleguen a manos del consumidor, la información que contengan los códigos electrónicos desaparecerá de las bases de datos de las empresas por haber cumplido su objetivo final.

“El tema de la privacidad del consumidor es muy importante y muy delicado para nosotros, pues en el ámbito internacional, ya se está regulando el tema. Yo, como consumidor, tengo derecho a que mi privacidad sea respetada”, afirma Omar Pelcastre.

A efecto de que el EPC se convierta en toda una realidad como el código de barras, se creó una organización llamada EPC Global, que opera en 103 países, para difundir información veraz y eliminar mitos que puedan obstaculizar la difusión de este nuevo estándar de control de los productos.

Actualmente el EPC ya forma parte de algunas tiendas de las cadenas Liverpool y Levi´s, que lo utilizan a nivel experimental. Pero para que esta tecnología se utilice en todas los mercados es necesario que los distribuidores se convenzan de sus beneficios.

Omar Pelcastre está seguro de que la adopción será gradual: “Como todas las tecnologías, esto será de adopción escalonada. Lo mismo pasó con el código de barras: comenzamos poco a poco”.

De este modo se espera que la masificación del EPC se dé a mediano y largo plazo; mientras tanto, coexistirá entre 8 y 10 años con el código de barras que ya conocemos.

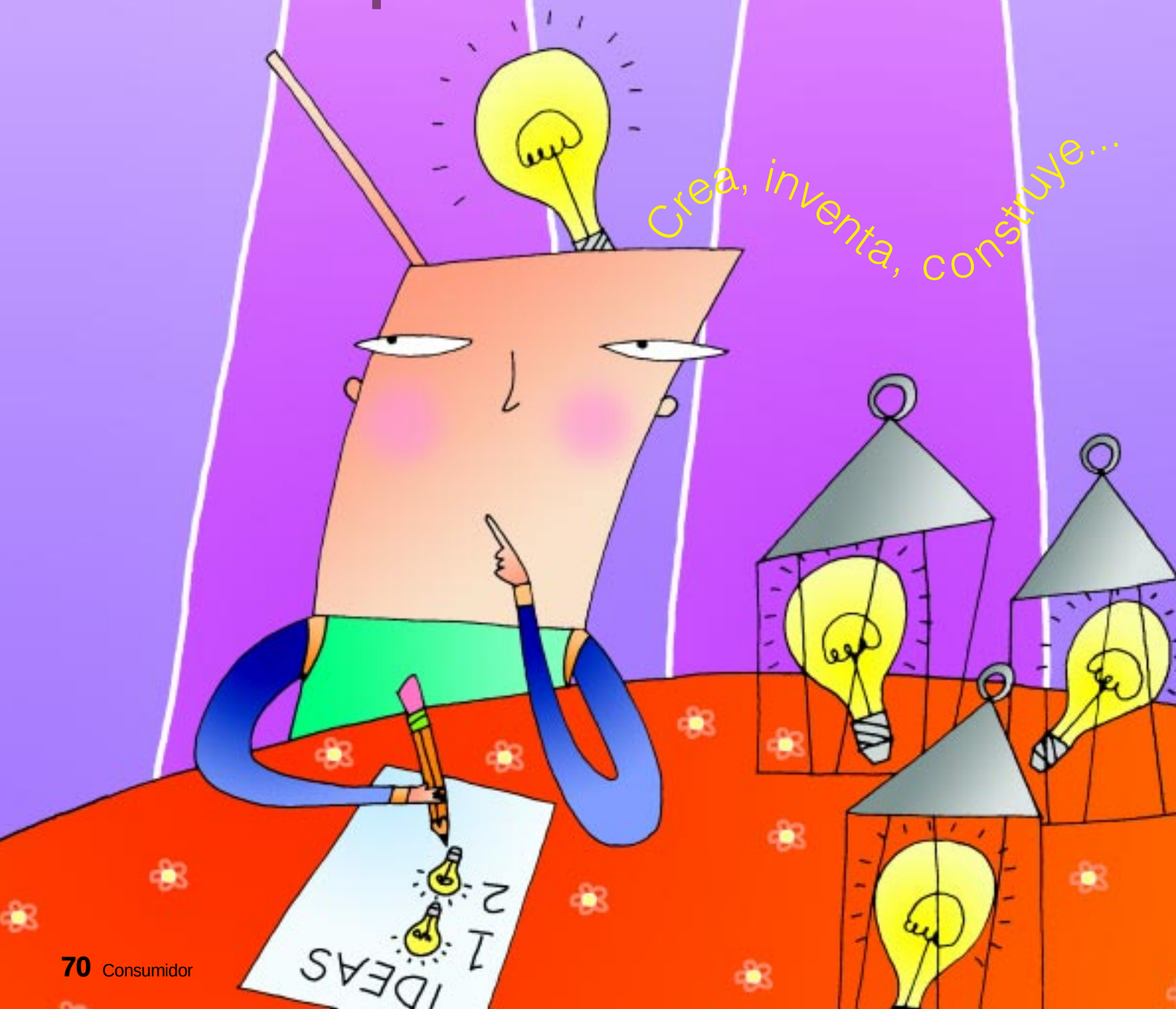
Fuente Entrevista con Omar Pelcastre, gerente del proyecto EPC de la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico (AMECE)

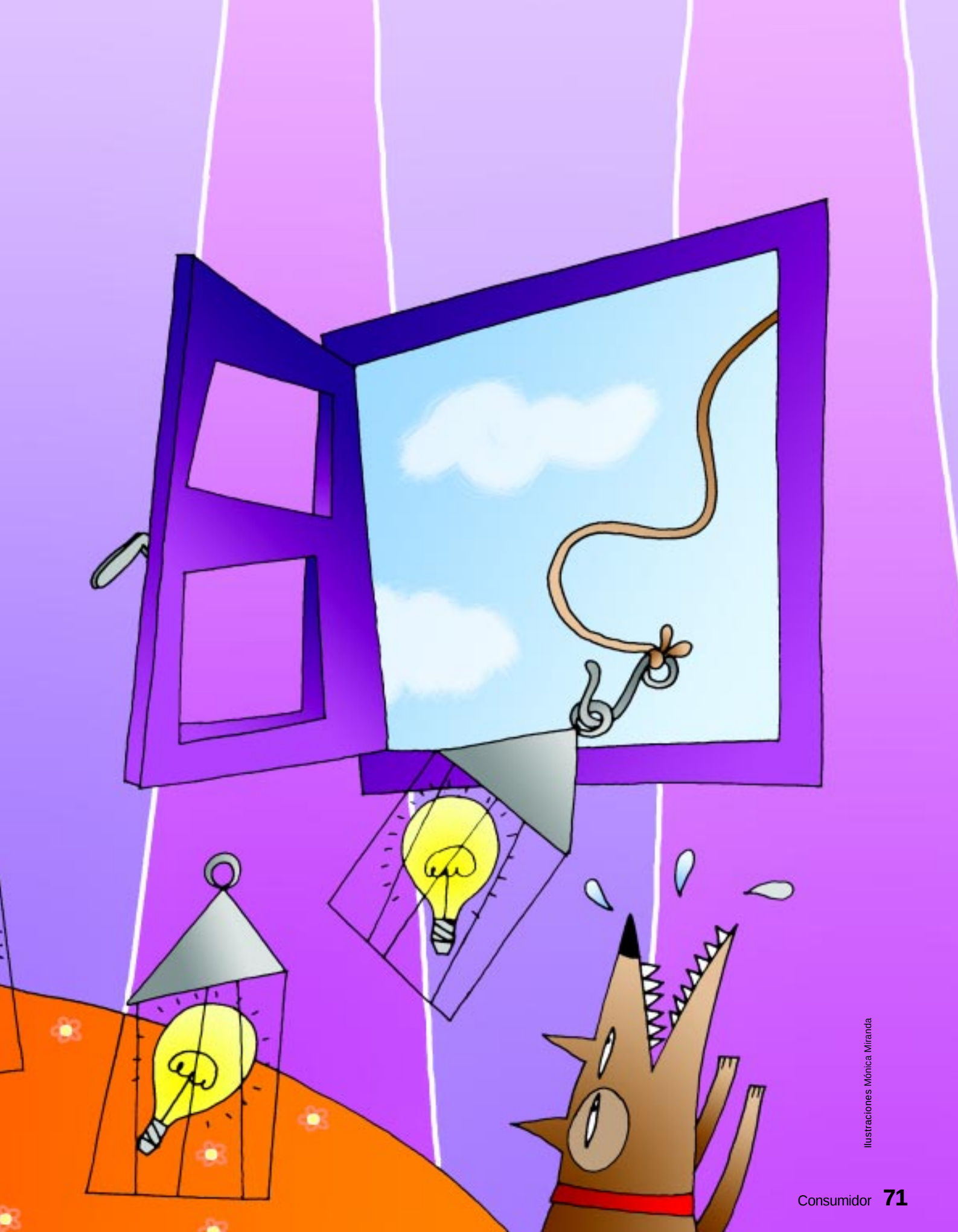
Foto Archivo

Impedirá la falsificación. A decir de sus promotores, el EPC es imposible de reproducir, por lo que el consumidor jamás adquirirá, sin saberlo, un producto falsificado o pirata. Aunque Omar Pelcastre admite que los piratas podrían “clonar” en apariencia los EPC, señala que será casi imposible que obtengan la información contenida en los 96 bites.

Mayor información. El consumidor contará con lectores de radiofrecuencia dentro de la tienda, lo que le permitirá consultar información que le puede ser de utilidad como la fecha de producción de un producto, temperatura recomendable de almacenamiento, fecha de caducidad, entre otros datos importantes. Omar Pelcastre comenta: "El consumidor tiene derecho a saber de dónde proviene un medicamento, si es un medicamento original, cuándo se fabricó, cuándo caduca, en dónde se fabricó. Lo que quiera saber, lo puede saber gracias a esta tecnología".

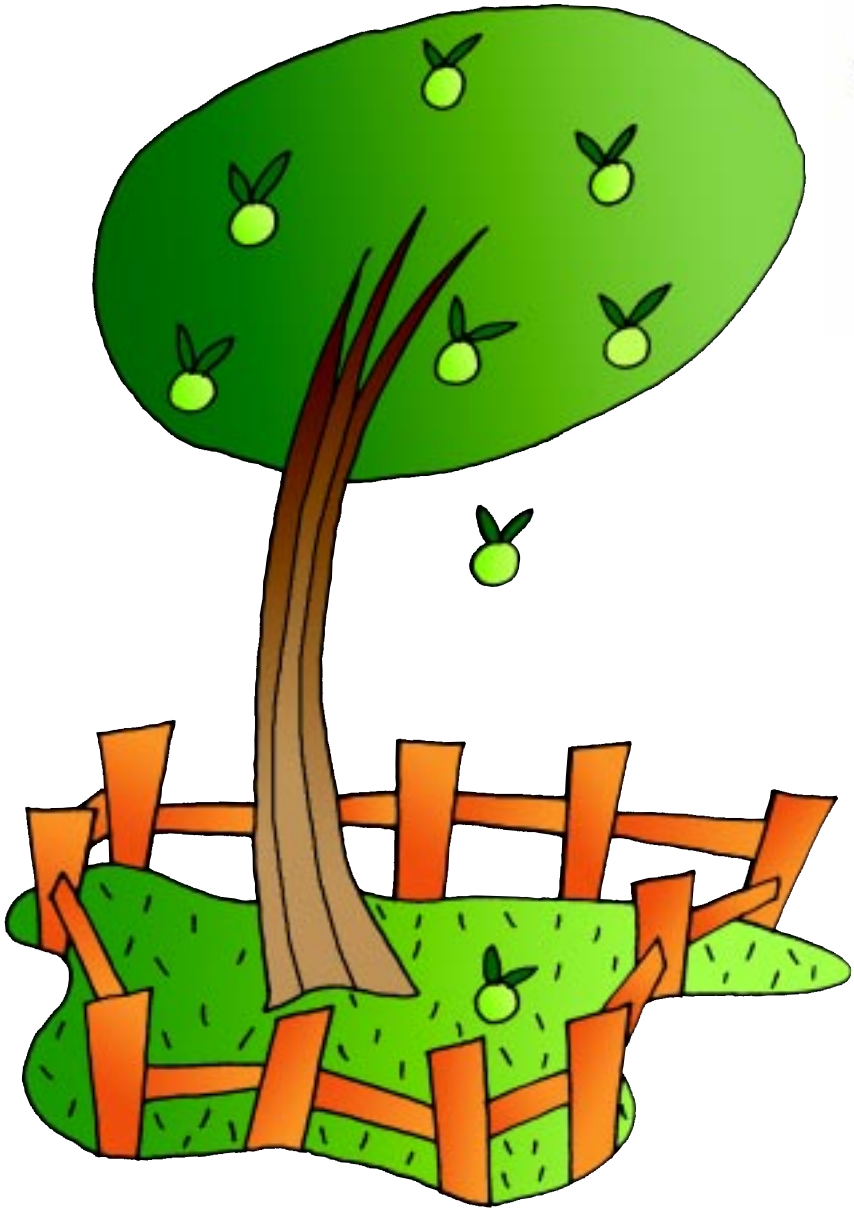
26 de abril,
Día Mundial de la Propiedad Intelectual





Ilustraciones Mónica Miranda

¿Qué te parecería que un compañero de la escuela te copiara el trabajo final de geografía que tanto esfuerzo te costó y sacara la misma calificación que tú sin haber hecho nada? ¿Y si además de eso vende tu trabajo a los alumnos de otros grupos? Te daría mucho coraje, ¿verdad?



Por Luis Amador

La propiedad es el derecho de una persona a utilizar y gozar los frutos de tal o cual cosa. Así, si tu mamá te compra un lápiz, un cuaderno y un sacapuntas, eso significa que son de tu propiedad y tienes el derecho de aprovecharlos para estudiar. Por supuesto, el fruto de esos tres objetos y tu dedicación a lo largo del año se reflejará en tu boleta de calificaciones, lo que te permitirá pasar al siguiente grado.

Otro ejemplo sería el arbolito que tu papá plantó en el patio de tu casa, cuando tenía más o menos tu edad, y ahora da limones durante todo el año, con los cuales tu familia puede hacer limonada, preparar ricas ensaladas, dulces, o incluso, compartirlos con otras personas, y si tienes espíritu de empresario y el árbol es grande y generoso, incluso hasta podrías vender los limones a la puerta de tu casa…

No compres piratería

¿Ya entendiste entonces qué es eso de la propiedad intelectual? ¿Ya sabes lo que es la piratería? ¡Perfecto! Ahora te invitamos a combatir esta práctica ilegal que no sólo daña a los autores intelectuales de las obras explotadas, sino a países enteros, como el nuestro.

Que quede claro, los piratas son delincuentes que se roban los productos de la inteligencia de otras personas, no pagan impuestos al gobierno (por el dinero que todos pagamos existen todos los servicios de las grandes ciudades: alumbrado público, pavimentación, servicios de salud, transporte…) y mucho menos emplean a la gente, sino al contrario: los precios de los productos pirata son "tan baratos" que las empresas debidamente establecidas a la larga no pueden competir contra eso, por lo que cierran sus instalaciones y despiden a sus trabajadores.

Por si no fuera suficiente, los productos pirata no tienen ningún control de calidad y en caso de que salgan mal, no tienen garantía, es decir, no hay a quien reclamarle, así que el comprador también sale perdiendo por comprar estos productos.

Por todo lo anterior, ¡no compres piratería! Y si ves que tus mayores lo hacen, explícales por qué no deben hacerlo, por ellos mismos y por el bien del país.

Creaciones e invenciones

Sin embargo, hay propiedades un poco más abstractas que las que hemos comentado hasta el momento. Por ejemplo, la propiedad intelectual. No, no pongas ojos grandes como platos preguntando "¿qué es eso?" Esta es la explicación. Imagina que eres inventor y se te ocurre un método para purificar el agua de lluvia, o que escribes historias y haces un cuento muy divertido sobre un hada madrina que pierde sus poderes mágicos por accidente... En estos casos, tú eres el autor intelectual de estas creaciones (porque son producto de tu intelecto, es decir, de tu inteligencia) y tienes el derecho de aprovecharlas.

Así, al patentar tu invento (cuando lo registras a tu nombre ante la autoridad correspondiente), otras personas pueden comprarte los derechos (te "piden permiso") para utilizarlo y tal vez comercializarlo. Y al publicar un libro, quienes lo adquieran podrán leer el cuento del hada madrina y contarlo a sus hijos, con lo que todos se divertirán bastante (y tú ganas, dinero y prestigio). De esta manera, lo que obtengas tanto de tu invento como de tu libro, servirá para que continúes tu labor creativa en beneficio de todos, porque ese es tu trabajo: crear para beneficio de los demás.

Los piratas, malos de la película

¡Ah! Pero no todo es miel sobre hojuelas. Como en todas partes, hay personas sin escrúpulos que suelen aprovecharse de otros en beneficio propio. Ese es el caso de la piratería, que consiste en copiar y vender obras que son creación de otras personas, sin pagar ni un centavo a su creador. Y la gente compra productos pirata (música, películas, programas de cómputo, libros, etc.) sabiendo que se trata de piratería o en algunos casos sin saberlo, porque a veces es difícil darse cuenta de que lo que se está comprando no es un producto original.

En resumidas cuentas, los piratas hacen un gran negocio con cosas que no les pertenecen y dañan a los creadores e inventores que se esforzaron tanto por hacer una obra de calidad (es más o menos lo que sucedería con el compañerito que te copió el trabajo final de geografía y lo vendió a otros alumnos de la escuela).

Aventuras de
CONSUMANDO
PRESENTA:
"CONSUMANDO VS BILL CHORO"
CONSUMANCIO Y AMARA VISITARON UNA AGENCIA DE VIAJES.
ESTOY BIEN CONTENTA PORQUE ME GANÉ UN VIAJE A CANCÚN GRACIAS A MI TARJETA DE CRÉDITO
VIAJES ATRACO.
PERO TÚ NO TIENES TARJETA DE CRÉDITO.
BUENOS DÍAS, VENIMOS A RECOGER LOS BOLETOS PARA UN VIAJE A CANCÚN QUE...
CANCÚN
Europa
PAQUETE ENDEUDES
¡FELICIDADES! ME LLAMO BILL CHORO Y EL VIAJE ES SUYO, SÓLO NECESITA ESCUCHAR UNA PLÁTICA Y VER UN PEQUEÑO VIDEO DE VILLAS INGENUIDAD.
Y MÁS RÁPIDO QUE DE VOLADA YA ESTABAN VIENDO EL VIDEO.
EN VILLAS INGENUIDAD DISFRUTARÁ DEL MEJOR TIEMPO COMPARTIDO AL MEJOR PRECIO: HÁGALO SUYO CON UN PAGO INICIAL DE $35,000, Y EL RESTO EN PAGOS SEMANALES DE POR VIDA...
ALGO ANDA MAL, QUIERO COMPRAR ESE TIEMPO COMPARTIDO AHORA MISMO Y YO SÓLO VENÍA A ACOMPAÑAR A AMARA.
TENGO QUE LLAMAR A LA OPERADORA 01-800... ME CUESTA TRABAJO ¡PERO TENGO QUE HACERLO!
OPERADORA 01-800, ESTOY EN UNA VENTA DE TIEMPOS COMPARTIDOS Y NO QUIERO COMPRAR NADA, PERO NO PUEDO RESISTIRME...
¡CUIDADO, CONSUMANCIO! LOS MALOS VENDEDORES DE TIEMPOS COMPARTIDOS UTILIZAN TODOS LOS MEDIOS DE PRESIÓN POSIBLES PARA LOGRAR QUE LOS CONSUMIDORES COMPREN SIN PENSAR. ¡REFLEXIONA Y NO CAIGAS EN SUS TRAMPAS!

GUIÓN: WALTER JASSO Y CARLOS CUÉLLAR. ADAPTACIÓN Y DIBUJO: MARTÍN AVILÉS
ESCENOGRAFÍA Y COLOR DIGITAL: ARTURO SAID

Alternativa Ciudadana

Alternativa Ciudadana es una asociación de ciudadanos preocupados por la buena convivencia de la sociedad. Con la filosofía de "conoce tus derechos para exigirlos", esta organización marca la diferencia hacia un consumo inteligente.

Por José Armando Aguilar

Las asociaciones de consumidores son uno de los eslabones más importantes en la cadena de consumo. Representan la fuerza de los consumidores unidos para hacer valer sus derechos, y la capacidad de la sociedad para equilibrar el poder de los proveedores globalizados.

En esta sección damos noticia de las asociaciones de consumidores surgidas libremente para dar solución conjunta a problemas de consumo de su interés.

¡Bienvenida esta preocupación por consumir con inteligencia!

Alternativa Ciudadana es una asociación civil, sin fines de lucro, que nació en el año 2000 con el deseo de apoyar a la gente que, a pesar de tener un trabajo, no tiene acceso a un crédito de vivienda. Hoy en día, los más de 950 agremiados de esta asociación distribuidos en varias delegaciones del Distrito Federal y algunos municipios del Estado de México se involucran en un buen número de causas sociales “porque no es posible que seamos tanta gente y que cada cual esté en su mundo, que mis derechos sean los mismos que los de la persona que tengo al lado, pero que ésta no los defienda porque no hay un compromiso de la sociedad consigo misma. No queremos ser los héroes que defienden de todo a la comunidad, pero sí un organización que encamine, que le brinde información”, comenta Gerardo Meléndez, integrante de Alternativa Ciudadana.

De casas y mujeres sin hogar

Según comenta Gerardo Meléndez, al centrarse en el proyecto de acceso a la vivienda, en sus inicios la asociación se encontró con muchas irregularidades, “muchas organizaciones que manejan vivienda son ‘fantasma’ o son manipuladas por células de poder que funcionan mientras la gente necesitada les sirve”. En este contexto, Alternativa Ciudadana declara representar una nueva línea de apoyo para quien desea hacerse de un hogar sin que le pidan “favores” a cambio.

Por otro lado, están los que ya adquirieron su casa, pero que al momento de habitarla se encuentran con algo muy diferente a lo ofrecido por la empresa inmobiliaria. En Alternativa Ciudadana se tiene la certeza de que muchas veces estas personas deciden “no meterse en problemas” y costean las reparaciones necesarias con su dinero, lo que, consideran, no está nada bien porque “¡se puede pelear! Sólo es cuestión de iniciativa, de organización, de que los compradores de-

Profeco lo orienta

Si quiere recibir más información acerca de las asociaciones de consumidores existentes en el país, llame a la Coordinación de Fomento de Asociaciones de Consumidores de **Profeco** a los teléfonos 5277-5243 y 5273-8693, o contáctela en rreglac@profeco.gob.mx o en asociaciones@profeco.gob.mx

Gerardo Meléndez

Foto José Rodríguez

manden para obligar a las empresas a cumplir con lo estipulado en el contrato", señala Gerardo Meléndez, mientras hace una atenta invitación: "Nosotros estamos para ayudar, para apoyarlos a exigir sus derechos como consumidores".

Además de todas sus actividades relacionadas con la vivienda, Alternativa Ciudadana se ocupa de grupos de la sociedad que enfrentan problemas para lograr una convivencia social: madres solteras, adolescentes en situación de calle, gente de la tercera edad y personas con discapacidad, a quienes consideran "células de la sociedad, que casi siempre son botín de especulación, mas no de solución". La asociación les abre sus puertas para escucharlos, conocer sus problemas y buscar la mejor manera de ayudar.

Por ejemplo, dentro de Alternativa Ciudadana existe un conjunto de mujeres que se dedican a la maquila, y otro grupo de personas que elabora dulces artísticos. Al respecto, Gerardo Meléndez comenta: "Hacemos verles que, en cualquier situación que estén, tienen derechos. Tratamos de darles cursos, volverlos autosuficientes, de buscarles trabajo en algunas empresas que ya nos conocen; y sí no podemos ayudarles, los canalizamos a donde sí los puedan atender".

"Minucias" del consumo

El tipo de problemas que más preocupan a los integrantes de Alternativa Ciudadana son hechos tan cotidianos como cuando uno quiere comprar un refresco pero lo dan un peso más caro, o cuando sospechamos que no nos dan litros de a litro en las gasolineras y no decimos nada, o cuando un ama de casa se percata de que le dieron 900 gramos de pollo en vez de un kilo y lo deja pasar porque "sólo fueron 100 gramos". "Si la sociedad no se pronuncia, no pide, no exige que se respeten sus derechos, bien ganados porque tus obligaciones te avalan, difícilmente alguien hará algo. Yo creo que tenemos una cultura social muy baja en el asunto de respetarnos", comenta el integrante de la asociación.

La fórmula aplicada por Alternativa Ciudadana para contrarrestar lo anterior, es tan "infantil" como contundente: educar a los niños en temas de consumo. A través de un Taller de Consumidores Pequeños, que constituyeron en conjunto con la Asociación de Padres de Familia, los integrantes de esta asociación buscan fomentar en los niños una cultura de consumo inteligente y responsable para que "Cuando ese niño tenga 18 años defienda sus derechos, que le corresponden por ser un buen ciudadano, por pagar impuestos y por vivir dentro de una cultura democrática", puntualiza Gerardo Meléndez

Para encontrar alternativas

Uno de los próximos proyectos de la asociación es la Feria Prehispánica, que se realizaría en la delegación Xochimilco y el municipio de Chalco, donde se buscará fomentar la cultura indigenista y el rescate de la lengua náhuatl.

Si desea obtener más información sobre el trabajo y las actividades que realiza Alternativa Ciudadana, puede visitarlos personalmente en Eje Central 1105, colonia Portales, delegación Benito Juárez, Distrito Federal, contactarlos vía telefónica a los números 5601-3640 y 044 (55) 2264-6459, o bien, enviando un correo electrónico a alternativaciudadanaac@hotmail.com

Fuente Entrevista con Gerardo Meléndez, integrante de Alternativa Ciudadana

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a **rconsumidor@profeco.gob.mx.** No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.*

Paquete no solicitado

En enero pasado, la empresa de mensajería Paquetexpress entregó en mi domicilio un envío con un cargo de $197.80, supuestamente de parte de un proveedor en Guadalajara que continuamente me manda mercancía.

Cuando llegué a casa y revisé el paquete, me di cuenta de que los datos del remitente y el destinatario que venían en la caja no tenían nada que ver conmigo ni con mi proveedor en Guadalajara.

Hablé inmediatamente a Paquetexpress para avisarles que se habían equivocado y que quería mis $197.80 de vuelta, pero el hombre que me atendió me dijo que no podía hacer nada, que él sólo actuó como le indicaron, que hablara con mi proveedor en Guadalajara y aclarara el asunto con él.

Al ver que no tenían la intención de devolverme mi dinero ni de recoger su paquete, escribí un correo electrónico a Profeco solicitando asesoría, del cual marqué copia a Paquetexpress.

Santo remedio, nada más se dieron cuenta de que iban a intervenir ustedes y a los pocos días se presentó en mi domicilio un empleado de la paquetería para recoger el envío equivocado y devolverme mi dinero.

Agradezco nuevamente su atención y el haber permanecido en contacto conmigo para darle seguimiento a mi queja.

Ana Cecilia Trejo Pérez

La felicitamos por defender sus derechos de una forma tan decidida. Son los consumidores como usted los que hacen la diferencia en las relaciones de consumo, pues hacen valer su poder de elegir independientemente del monto al cual asciende la reclamación. ¡Enhorabuena!

A todos nuestros lectores: Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La *Revista del Consumidor* no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones Profeco, Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.

* Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los *Lineamientos para la protección de datos personales* emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

Promoción cumplida

El 23 de noviembre de 2005 me enteré a través del periódico *El Universal* que había sido la ganadora de la promoción de Kellogg's y Gigante llamada "Gana tu independencia con un auto nuevo".

Vía telefónica, me informaron que para reclamar el automóvil debía entregar un comprobante de domicilio, credencial de elector y mi Clave Única de Registro de Población (CURP). Como en ese entonces no tenía CURP, me dijeron que les mandara mi acta de nacimiento.

Poco tiempo después, me indicaron que siempre sí necesitaban el CURP, y que en cuanto lo entregara la empresa me daría el auto. Así que tramité mi CURP y se los envíe con su propio mensajero, pero no me entregaron el auto como habían prometido, argumentando que la persona encargada de compras estaba de vacaciones.

Por si fuera poco, me llamaron de nuevo a principios de enero de este año y me dijeron que la mecánica para facturar había cambiado, por lo que ahora requerían mi RFC. Yo les respondí que era imposible dárselos, pues no trabajo, a lo que contestaron que en tal caso no era indispensable y que esperara para ver si en ese mes salía la factura.

Harta de tanta espera, pretextos y solicitudes de documentación, acudí a la delegación Profeco Norte a presentar mi queja, y gracias a su intervención Kellogg's me entregó mi automóvil. Estoy muy agradecida con ustedes, en verdad los felicito mucho.

Coralia Ortiz Méndez

Los proveedores tienen la obligación de señalar en los anuncios de sus promociones las condiciones para participar en ellas y su plazo de duración. En caso de que el proveedor no cumpla con su ofrecimiento, el consumidor tiene derecho a exigir que lo haga o que le entregue otro bien o servicio equivalente.

Usted hizo muy bien en acudir a la delegación Profeco Norte para hacer valer sus derechos. Nos da mucho gusto que su problema haya encontrado una pronta solución y esperamos que disfrute su automóvil nuevo.

En nuestro próximo número

Litros de a litro, su derecho

Foto Archivo

Ahora que usted ya es un Vigilante Ciudadano y sabe qué puede hacer para defender sus derechos en las gasolineras, en esta nueva entrega le aclaramos qué hay detrás del problema de la gasolina y cómo el personal de Profeco lleva a cabo una verificación en una estación de servicio.

¡Brrr!

Foto Archivo

Nuestro Laboratorio analizó la calidad de 17 modelos de refrigeradores de varios tamaños, para que usted sepa cuáles son los mejores en consumo de energía, eficiencia de enfriamiento y hermeticidad. Todo sin dejar fría su cartera.

Cuerpo seco sin raspones

Foto Archivo

Los expertos de nuestro Laboratorio probaron 32 modelos de toallas de baño para decirle cuáles son las más suaves, las que secan mejor y no son caras.

Células de vida

Foto Archivo

¿Está esperando un hijo y no sabe qué es eso de las células madre? Entérese en esta Radiografía de los servicios en qué consiste el servicio de almacenamiento de células de cordón umbilical y cuáles son las diferentes opciones, tanto públicas como privadas, para contratar este servicio.

¡Qué rico aroma!

Foto Archivo

¿Qué hay detrás de los perfumes? ¿Por qué seducen? ¿Por qué son caros? ¿Vale la pena gastar dinero en un perfume que será como la imagen odorífera de usted? ¿Cuánto dinero mueve esta industria? ¿Usar perfume es una frivolidad o puede ser benéfico? Planteamos estas y otras preguntas y las respondemos.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en al teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981.
Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor.
Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 60,000 ejemplares.

¿Bueno?
sí, también bonito y barato

Teléfono del Consumidor

En el D.F., 5568-8722 y 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier lugar de la República.
Con 60 líneas a su disposición todos los días del año*.

El servicio personalizado que le brinda información sobre precio y calidad de productos, además:

- Orientación sobre quejas y denuncias
- Asesoría y orientación jurídica
- Ubicación de las oficinas de **Profeco** en todo el país
- Información sobre los Ángeles Blancos de **Profeco**
- Resultados de los estudios de calidad del Laboratorio **Profeco**
- Información sobre quién es quién en el envío de dinero desde Estados Unidos a México
- Suscripciones a la *Revista del Consumidor*
- Información sobre organizaciones de consumidores

Porque al que no habla no se le oye...
¡utilice el Teléfono del Consumidor!

* De lunes a viernes de 9:00 a 19:00 hrs.
Sábados y domingos de 10:00 a 18:00 hrs.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Alerta al consumidor

CUIDADO con los siguientes

productos y prácticas comerciales

Empresas de servicios turísticos que engañan

Se han recibido numerosas quejas de consumidores en contra de empresas intermediarias para la prestación de servicios turísticos, tales como ITC y Comsed, que para vender sus servicios hacen promesas que no cumplen.

Robo de identidad para obtener créditos

Defraudadores aprovechan descuidos de los consumidores para alterar las identificaciones oficiales de éstos y así solicitar préstamos a entidades financieras, tiendas departamentales y supermercados.

Ligas a contenidos peligrosos

Se tiene conocimiento de que algunos sitios de internet mexicanos que promocionan lugares de entretenimiento tales como restaurantes, bares y discotecas, son utilizados para enviar anuncios y contenidos ofensivos.

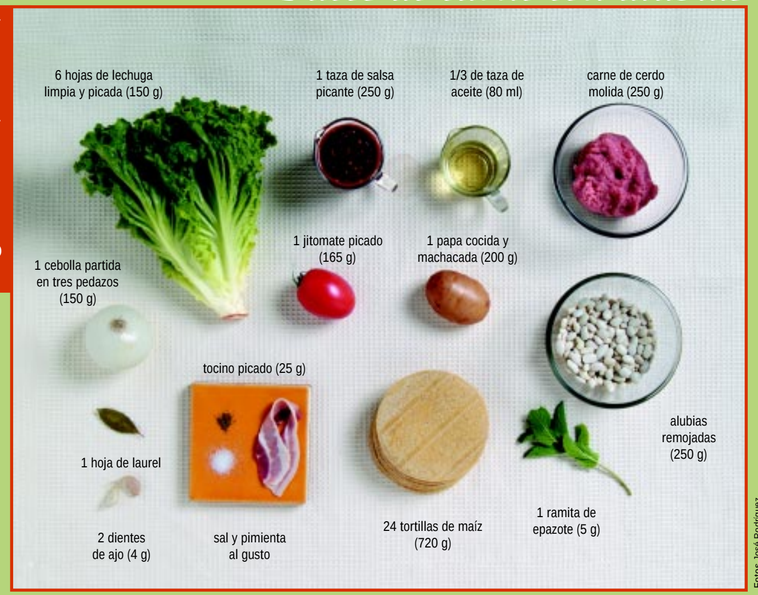
Busque la información completa en la página 12

0 10722 58187 9 00350

Exhibir hasta el 30 de abril de 2006

Tacos de carne con alubias

Ingredientes (6 raciones)



Fotos José Rodríguez

Preparación

1. Cueza las alubias con un trozo de cebolla, un diente de ajo, el tocino, una rama de epazote y una cucharadita de sal.

2. Una vez cocidas se cuelan y se muelen. Reserve.

3. Pique un trozo de cebolla y el ajo, y fría en una sartén con una cucharada de aceite.

4. Incorpore la carne molida y la hoja de laurel y deje cocer tapado a fuego bajo hasta que la carne suelte su jugo y se reseque.

5. Incorpore el tomate rojo picado, las alubias y las papas, sazone con sal y pimienta, y deje al fuego para que el guiso se sazone.

6. Coloque una porción del relleno en cada tortilla y enrolle los tacos.

7. Dórelos en aceite caliente y escúrralos sobre papel absorbente para eliminar el exceso de grasa.

8. Sirva los tacos adornados con la lechuga, rebanadas de cebolla desflemada y la salsa.

Aporte nutrimental por ración	
Kilocalorías	685
Proteínas	24 g
Grasa	27 g
Colesterol	31 mg
Fibra dietética	8 g

Fuente Nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco

Sin grasa ni colesterol

Las alubias también aportan **carbohidratos** complejos y **fibra** dietética en cantidades importantes. Es necesario mencionar que el aporte de grasas del frijol es **mínimo** y que es una de las fuentes **más ricas** en **proteínas** (como el resto de las leguminosas). El frijol **no contiene** grasas saturadas ni colesterol, a diferencia de los productos de origen animal –carne, leche y huevo–, que tradicionalmente se consideran la principal fuente de proteínas de la dieta.

Fuente de proteínas

Las alubias contienen alrededor del **20%** de proteínas; las carnes y los pescados contienen en promedio **igual** o **menor** cantidad. A diferencia de las proteínas de origen animal (consideradas como proteínas de alta calidad debido a que contienen todos los aminoácidos esenciales y en las proporciones adecuadas), las proteínas de la alubia se consideran de **calidad intermedia**, ya que son deficientes en algunos aminoácidos como la metionina.

Por fortuna, la metionina se encuentra en cantidad muy superior en los **cereales** (como trigo y maíz); por eso, si combinamos **cereales** con **leguminosas**, el aporte de aminoácidos se complementa y la calidad proteica de ambos se **eleva** considerablemente.

Foto Archivo

Alubias y frijoles para los niños...

Las alubias son una buena fuente de **vitaminas** como la **tiamina** (B_1), y también son una fuente aceptable de algunas otras vitaminas como **riboflavina** (B_2) y **niacina**; además proporcionan a la dieta hierro, calcio, fósforo, cobre, zinc, potasio y magnesio.

Tocino

Es la grasa que se encuentra situada bajo la piel del cerdo. Por lo general la parte más grasa del tocino se utiliza para obtener manteca, mientras que el que procede de la zona del pecho contiene pequeñas porciones de carne y es el que comúnmente se vende como tocino. La presentación comercial del tocino se obtiene cuando se le somete a un proceso de salmuera, ahumado y rebanado.

Foto José Rodríguez

Sabor único

El tocino le proporciona mucho sabor a los alimentos. En los potajes y sopas con leguminosas se utiliza crudo y es un ingrediente casi indispensable, mientras que frito (en su propia grasa) tiene la ventaja de que elimina gran parte de la grasa que lo conforma y los pedacitos crujientes de carne pueden añadirse también a las verduras, las ensaladas, los huevos y los *hot cakes*.

¡Aguas con las calorías!

Por su **alto contenido** calórico, de grasa, colesterol y sodio, el tocino es un alimento que debe utilizarse **ocasionalmente** y siempre con moderación.

Otra forma de **disminuir** su contenido de grasa es introduciéndolo en el **microondas** envuelto en **toallas** de papel para que absorban el exceso de **grasa** (100 g de tocino promedio crudo contienen **556** kilocalorías).

Como parte de una alimentación saludable, el tocino puede **sustituirse** algunas veces por **imitaciones** hechas a base de proteínas animales.

Masa para modelar

Fotos José Rodríguez

Ingredientes

* Se obtiene en tiendas de autoservicio.
** Se consigue en droguerías.

Utensilios

Procedimiento

1

Moviendo con la cuchara, en la olla mezcle perfectamente la fécula de maíz y el agua. Una vez disuelta la fécula, agregue el colorante y continúe mezclando.

2

Después ponga a calentar la mezcla a fuego bajo. Estará lista cuando se forme una masa. Retire del fuego y deje enfriar a temperatura ambiente.

3

Agregue el benzoato de sodio y amase hasta obtener una masa suave. Finalmente, incorpore la crema humectante y amase hasta que obtenga una consistencia suave y manejable, que no se pegue en las manos.

Modo de uso

Amásela antes de empezar a modelar. Después de usarla es conveniente guardarla en un recipiente bien tapado, pues si se queda al aire libre se resecará.

Recomendaciones

- Si la masa para modelar queda muy aguada o pegajosa, le puede agregar más fécula de maíz hasta que adquiera la consistencia deseada.
- En caso de utilizar esta masa para elaborar figuras decorativas, añada cinco cucharadas de bicarbonato de sodio, así duran más.
- Si la masa se endurece, agregue agua y amásela de nuevo.

Rendimiento: 300 g aprox.

Tiempo de preparación: 15 minutos

Caducidad: La masa para modelar elaborada mediante esta tecnología doméstica tiene una duración aproximada de 3 meses si se conserva en un recipiente bien tapado.

Envasado y conservación

La masa para modelar se guarda en un recipiente de plástico y se tapa. Conserve en un lugar fresco y seco. No olvide colocar una etiqueta con el nombre del producto, la fecha de elaboración y la fecha de caducidad.

Foto Archivo

Pintar, modelar, dibujar

Fomente en sus hijos el gusto por la creación artística, participando con ellos en actividades que les permitan diseñar y desarrollar su potencial creativo. Pintar, modelar y dibujar son actividades fundamentales en el proceso de desarrollo y madurez de los niños. Con esta masa para modelar su hijos pueden jugar al tiempo que descubren lo que sus manos e imaginación pueden realizar.

No pierda de vista que estas actividades deben ser lúdicas, sin reglas ni instrucciones. Y que los papás deben apoyar al niño para que disfrute el proceso de realización de su obra.

Imagen, sonido y forma

Una de las influencias más importantes de las actividades artísticas es la construcción de la identidad del niño. Además, le permite desarrollar sus actividades de expresión, análisis, crítica, apreciación de las imágenes, de los sonidos y de las formas.

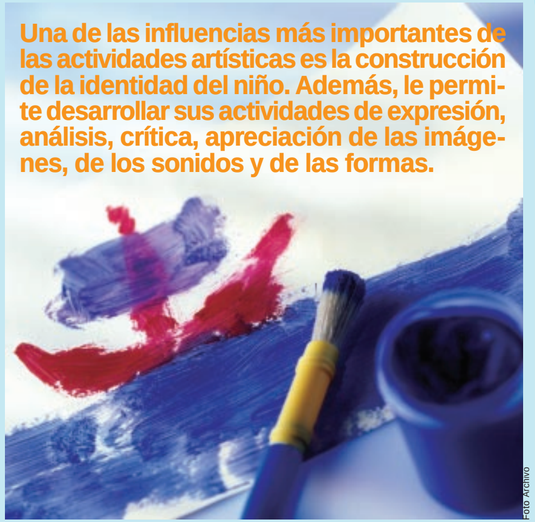


Foto Archivo

Fuente Dirección General de Educación para el Consumo, **Profeco**
• **Validación** Maestro en Ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra